

Itellan palvelukokonaisuus aloittavalle verkkokauppiaille



1. Miksi verkkokauppa?	3
2. Mitä kuluttajat haluavat verkkokaupasta?	4
2.1 Mikä ratkaisee ostaako kuluttaja verkkokaupasta? Perustoiminnallisuus.	4
2.2 Mikä ratkaisee ostaako kuluttaja verkkokaupasta? Elämyksellisyys.	4
3. Kuinka saan tuotteet myyntiin Internetiin?	5
Itellan verkkokaupan kumppaneita	5
4. Mitä maksutapoja tulisi tarjota?	6
4.1 Pankkien verkkomaksu	6
4.2 Postiennakko	6
4.3 Lasku	6
5. Kuinka varastoin, hallitsen varastoa ja toimitan tuotteet?	7
5.1 Prinetti ja seuranta	7
5.2 Useita erilaisia toimitusvaihtoehtoja	7
5.3 Osoitteentarkistus	7
5.4 Palveluvarasto	7
6. Kuinka hoidan palautukset?	8
6.1 Asiakaspalautussopimus	8
7. Kuinka varmistan, että kaupassani riittää asiakkaita?	8
7.1 Markkinointi on tärkeää	8
7.2 Laaja valikoima suoramarkkinoinnin palveluita	9
7.3 Kysy suoraan asiakkaalta	9
7.4. Itella Asiakkuusmarkkinointi - Parempaa tuottoa markkinoinnista	9
7.5 Jakeluratkaisumme tavoittavat jokaisen	9
8. Mitä verkkokaupan perustaminen maksaa?	10
Esimerkki: Kivijalkaliikkeen yksityisyrittäjä	10
9. Lisätietoja	11
Kauppapaikan perustajan muistilista	12

Tämä dokumentti on tarkoitettu apuvälineeksi aloittavalle verkkokauppiaille. Itella ei anna takuita esimerkiksi siitä, että sisältö olisi kaupallisesti hyödynnettävissä tai että se soveltuisi tiettyyn tarkoitukseen tai toimenpiteisiin, joita tehdään tämän dokumentin tietojen perusteella. Itella-konserni ei vastaa asiakasta kohdanneesta tiedon tai tulojen menetyksistä tai mistään erityisistä tai satunnaisista tai välillisistä vahingoista johtuivat ne mistä syystä tahansa. Itella pidättää oikeuden muuttaa tätä dokumenttia tai poistaa sen milloin tahansa ilman erillistä ilmoitusta.



Itellan avulla verkkokaupan käynnistäminen käy käden käänteessä. Tarjoamme aloittavalle yrittäjälle laajan palveluvalikoiman, johon sisältyy sähköinen kauppapaikka, markkinointipalvelut, tilausten käsittely, varastointi, kuljetukset ja palautusten käsittely. Tämä dokumentti sisältää kattavat perustiedot verkkokaupan avaamista suunnittelevalle yrittäjälle .

1. Miksi verkkokauppa?

Verkosta ostaa jo yli 2 miljoonaa suomalaista ja tutkimusten mukaan kasvua on odotettavissa tulevina vuosina. Jo puolessa vuodessa verkko-ostaminen on lisääntynyt 21 prosentista 29 prosenttiin (*Tilastotietojen ajankohta: kevät 2007*). Suomalaiset ovat tottuneita postimyynnin käyttäjiä ja siksi verkkokauppaan suuntautuminen on kuluttajalle helppoa. Verkkokauppa tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia asiakkaan palvelemiseksi. Tutkimusten mukaan verkkokauppa tukee hyvin tavalisen liikkeen myyntiä, sillä 46 % Internet-ostajista ostaa tuotteita myös kyseisen kaupan myymälöistä. Pelko hintojen laskemisesta verkkokaupan avaamisen yhteydessä on useimmiten aiheeton – kilpaillahan voi myös esimerkiksi paremmalla palvelulla.

2. Mitä kuluttajat haluavat verkkokaupasta?

Kuluttajien odotukset hyvästä verkkokaupasta ovat realistisia. Tuotteiden saatavuus, hinta-laatusuhde, helppokäyttöisyys ja tekninen toimivuus ovat ensisijaisia toiveita. Perusasioihin, kuten kaupan pitäjän yhteystietojen löytymiseen kannattaa panostaa. Kuluttajaviraston suosituksen mukaisesti sivulla on syytä olla jatkuvasti näkyvillä linkit seuraaviin perustietoihin:

- myyjän nimi ja yhteystiedot
- noudatettavat sopimusehdot
- kuinka myyjä huolehtii henkilötietojen välittämisen ja maksuvaiheen turvallisuudesta
- kuinka myyjä käsittelee henkilötietoja

(Luettelon lähde: Kuluttajavirasto)

2.1 Mikä ratkaisee ostaako kuluttaja verkkokaupasta? Perustoiminnallisuus.

Selkeä perustoiminnallisuus lisää luottamusta ja säästää kuluttajan aikaa. Tärkeää on arjen helpottaminen: ostaminen kotoa rauhassa tai töiden ohessa nopeasti. Tilauksen selkeys, kokonais-hinta, toimitus- ja kuljetusvarmuus, maksamisen helppous, palautusten toimivuus sekä henkilökohtaiseksi koettu asiakaspalvelu koetaan tärkeiksi. Ohessa kuluttajien esiin tuomia asioita Itellan kuluttajatutkimuksen perusteella:

- ostamisen helppous
- vertailun ja valinnan helppous
- selkeät kokonaishinnat
- toimitusten oikea-aikaisuus
- noutamisen vaivattomuus
- palautusten helppous
- tuotevalikoima
- erikoistuotteita, joita vaikea löytää
- tuotteet joilla erotutaan
- perustuotteet halvemmallä
- hyvä hinta/laatusuhde
- luotettavuuden takaaminen
- maksamistapojen luotettavuus
- toimitusten luotettavuus

2.2 Mikä ratkaisee ostaako kuluttaja verkkokaupasta? Elämyksellisyys.

Kuluttaja etsii verkkokaupasta myös elämyksiä. Nettikaupoissa shoppaillaan, viihdytään, tehdään heräteostoja ja etsitään ratkaisuja yksilöllisiin tarpeisiin. Asiakkaan odotusten ylittäminen luo pohjaa pitkäaikaiseen suhteeseen ja varmistaa positiivisen suusta suuhun markkinoinnin. Ohessa kuluttajien mainitsemia elämyksellisiä elementtejä, joita kaupantekoon liitetään:

- viihtyminen
- yhteisöllisyys
- impulssiostaminen
- henkilökohtaisuus
- yhteydenpito
- extrat ja yllätykset

3. Kuinka saan tuotteet myyntiin Internetiin?

Yksinkertaisimmillaan verkkokauppa on verkkosivu, jossa esillä ovat hyödykkeet, tarvittavat tilaus- ja toimitusohjeet, sekä mahdollisuus tehdä tilaus ja maksaa se. Ammattimaisessa verkkokaupassa hyödynnetään verkkokauppasovelluksia, joiden avulla tietovirrat voidaan automatisoida ja kauppias voi itse helposti ylläpitää verkkokaupan sisältöä. Verkkokauppasovellusten hintataso vaihtelee suuresti, joten ostopäätöstä tehdessä kannattaa tutustua ja vertailla.

Itella tekee yhteistyötä Suomen johtavien verkkokaupan ratkaisujen toimittajien kanssa ja voi siksi tarjota verkkokauppaa harjoittaville työkaluja, kuten lähetettävien pakettien osoitekorttien tulostustoiminnallisuus (katso lisää palvelusta osoitteessa www.prinetti.fi). Yhteistyön ansiosta verkkokaupan ylläpitäjä hyötyy jatkuvasti kehittyvistä palveluominaisuuksista.

NYRKKISÄÄNTÖJÄ:

- *Valmiin verkkokauppasovelluksen hyödyntäminen on huomattavasti nopeampaa ja edullisempaa kuin verkkokaupan rakentaminen tyhjältä pöydältä.*
- *Kaikki verkkokauppasovellukset eivät tue valmista integraatiota Itellan järjestelmiin.*



Itellan verkkokaupan kumppaneita

Accel Solutions

PL 21
30101 Forssa

Puh: (03) 4121 600
s-posti: info@accel.fi
web: www.accel.fi

Asapsoft Netsystems Oy

Vetotie 3
01610 Vantaa

Puh. (09) 5422 5100
s-posti: myynti@asapsoft.fi
web: www.asapsoft.fi

Smilehouse Oy

Itälahdenkatu 22 A
00210 Helsinki

Puh. (09) 2512 210
s-posti: info@smilehouse.com
web: www.smilehouse.fi

4. Mitä maksutapoja tulisi tarjota?

Suomessa käytettyjä verkkokaupan maksutapoja ovat: postiennakko, lasku, pankkien verkkomaksut sekä Luottokunnan luottokortit. Verkkokaupan perustamisen yhteydessä täytyy solmia sopimukset pankki- ja luottokorttimaksuja tarjoavien tahojen kanssa. Pankkien ja Luottokunnan palvelut ovat maksullisia (aloitusmaksu + kuukausimaksu). Itellan tarjoaman postiennakon saat käyttöösi maksutta.

NYRKKISÄÄNTÖJÄ:

- *Mitä useampia maksutapoja sitä enemmän kustannuksia aloitusvaiheessa.*
- *Asiakkaat valitsevat maksutavan oman pankkinsa mukaan.*



4.1 Pankkien verkkomaksu

Pankkien verkkomaksu on yleisimpiä maksutapoja verkkoasioinnissa. Maksu tapahtuu pankkitunnuksia hyväksi käyttäen asiakkaan hyväksymänä tilisiirtona. Verkkomaksujen haasteena on pankkikohtaisuus. Jos haluat palvella kaikkia potentiaalisia asiakkaita, sinun täytyy solmia sopimus verkkomaksusta jokaisen pankin kanssa. Pankit perivät palvelusta avausmaksun, kuukausimaksun sekä maksun jokaisesta ostoksesta. Tällä hetkellä verkkomaksupankkeja ovat seuraavat:

- Aktia, Säästöpankit ja Paikallisosuuspankit: Sp/Pop-maksu
- Handelsbanken: Verkkomaksu
- Nordea: e-maksu
- Osuuspankit: Verkkomaksupainike
- Sampo: Verkkomaksupalvelu
- Tapiola: Verkkomaksupalvelu

(Lähde: www.pankkiyhdistys.fi)

4.2 Postiennakko

Postiennakko on ollut käytössä etäkaupassa jo pitkään, joten se on tuttu ja turvalliseksi koettu maksutapa. Sen etuna on luottotappioiden välttäminen, sillä tavaran vastaanottaja maksaa tuotteen noutaessaan sen postitoimipaikasta. Postiennakko maksutapana voidaan liittää myös kotiinkuljetuksiin. Posti ohjaa postiennakkosumman lähettäjän määräämälle tilille 2–4 työpäivän sisällä. Postiennakon käyttöönotto on ilmaista ja postiennakoista maksetaan kertamaksu.

4.3 Lasku

Laskun käyttö verkkokaupassa on helppoa ja parhaimmillaan ilmaista, sillä laskun tiedot voidaan näyttää ostostapahtuman jälkeen suoraan verkkokaupan sivulla. Mahdollisia luottotappioita voidaan minimoida toimittamalla paketit maksutapahtuman jälkeen. Toiminnan laajentuessa Itellalla on useita ratkaisuja sähköiseen laskutukseen. Jos lähetät laskun asiakkaallesi kirjeitse, voit toimittaa laskutustiedot Itellalle sähköisesti, jolloin tulostamme ja postitamme laskut puolestasi. Voit hyödyntää laskua myös asiakasviestinnässäsi. Suoramarkkinointiratkaisujemme avulla markkinointiviestien liittäminen laskuun on nopeaa, tietoturvallista ja joustavaa.

5. Kuinka varastoin, hallitsen varastoa ja toimitan tuotteet?

Monet kauppiat aloittavat toimintansa käyttäen omaa varastoa ja hoitamalla kuljetukset joko Itellan noutokuljetuksella tai viemällä paketit itse postiin. Itellalla on kuitenkin olemassa lukuisia palveluja, joilla voit tehdä varastoinnin ja toimituksen helpommaksi.

5.1 Prinetti ja seuranta

Itellan kumppaneiden verkkokauppasovelluksissa on valmis Prinetti-toiminnallisuus osoitekorttien tulostamiseksi, mikä nopeuttaa toimitettavien tuotteiden postitusta. Samalla asiakkaat saavat kuljetusten seurantakoodin, jolla he voivat seurata paketin kulkua Internetistä. Prinetti on saatavilla myös ladattavana sovelluksena ja Internet-versiona osoitteessa www.prinetti.fi.

5.2 Useita erilaisia toimitusvaihtoehtoja

Itella tarjoaa eri toimitusvaihtoehtoja verkkokauppaa varten. *Nouto Postista* (Keltainen Kuljetus 16-palvelu, paketti noudettavissa pääsääntöisesti seuraavana päivänä klo 16 jälkeen) ja *Postin kotiinkuljetus* (Keltainen Kuljetus 21-palvelu, vastaanottajalle soitetaan jakeluajankohdan sopimiseksi pääsääntöisesti seuraavana työpäivänä lähetyksen lähetyksestä) ovat kuluttajille hyvin soveltuvia toimitustapoja. Nopeisiin toimituksiin sopii *Postin Express* (vastaanottajalle seuraavaksi työpäiväksi klo 14 mennessä).

Postiin saapuvasta paketista voidaan lähettää tekstiviesti-ilmoitus vastaanottajalle. Kotiinkuljetusta ja hyvää asiakaspalvelua kannattaa suosia, sillä sen on todettu vähentävän kauppiaille palautuvien toimitusten määrää. Kotiinkuljetukseen voidaan liittää myös muita lisäpalveluita, kuten postiennakon maksaminen kotiovella, asennus- ja liitäntäpalvelut sekä vanhojen tuotteiden kierrätyspalvelut ja pakkausmateriaalien poisvienti.

5.3 Osoitteentarkistus

Asiakkaan osoitteen automaattinen oikeellisuuden tarkistus Itellan rekisteristä tilauksen yhteydessä vähentää väärästä osoitteesta aiheutuneita toimitusviiveitä ja lähetyksiä virheellisiin osoitteisiin.

5.4 Palveluvarasto

Toiminnan laajentuessa varastoinnin, keräilyn, paketoinnin ja postituksen työmäärä kasvaa. Itellan palveluvarasto on ulkoistusratkaisu kasvavaan toimintaan. Palveluvarasto kytkeytyy suoraan Itellan kumppaneiden verkkokaupparatkaisuihin ja on tarvittaessa integroitavissa mihin tahansa verkkokauppasovellukseen, jolloin tilausten käsittely saadaan automatisoitua ja varastosaldo päivittyy suoraan verkkokauppaan.

NYRKKISÄÄNTÖJÄ:

- *Itellan palveluvarastoa kannattaa harkita viimeistään, kun varastoinnin, keräilyn, paketoinnin, tarroituksen ja postituksen työ sitoo vähintään 1,5 täysiaikaista henkilöä.*



6. Kuinka hoidan palautukset?

Suomessa postimyynnin ja verkkokaupan kautta tilatuissa tuotteissa on kuluttajasuojalain mukainen 14 päivän palautusoikeus (*Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38*). Palautuksen postituskulut maksaa myyjä. Palautuskulut ovat kuitenkin kuluttajan vastuulla siinä tapauksessa, että tuotetta ei voida kuljettaa tavanomaisena postikuljetuksena esimerkiksi sen suuren koon vuoksi. Yksityiskohtaiset tiedot palautusmenettelystä on hyvä laittaa verkkokaupan sivustolle ja asiakaspalautuslomakkeen voi laittaa jo toimitukseen mukaan. Samalla lomakkeella voi motivoida asiakkaita antamaan palautetta palautuksen syistä.

6.1 Asiakaspalautussopimus

Itellan asiakaspalautussopimus mahdollistaa lähetysten palauttamisen alkuperäisen lähettäjän laskuun joustavasti ja vaivattomasti. Palauttaja voi jättää lähetyksen kuljetettavaksi takaisin lähettäjälle jättämällä sen joko kirjelaatikkoon tai tuomalla sen postiin. Sopimuksen tehneeltä yritykseltä laskutetaan asiakaspalautuslähetysten postimaksut erilliseen sopimukseen perustuen. Palatuneet lähetykset toimitetaan vastaanottajalle arkipäivinä asiakaspalautussopimuksessa sovittuun osoitteeseen.

NYRKKISÄÄNTÖJÄ PALAUTUSTEN MINIMOINTIIN:

- *Verkkokaupassa olevien tuotteiden tuoteinformaatio on riittävän tarkkaa ja oikeaa.*
- *Toimitusajan pitäminen – lupauksen pettäminen lisää palautuksia.*
- *Käytettäessä ovelle pakettia palautusten/noutamattomien tilausten määrä laskee.*



7. Kuinka varmistan, että kaupassani riittää asiakkaita?

Tyytyväiset asiakkaat ovat tunnetusti paras ja tehokkain mainos. Internet on muodostunut vaikuttavaksi mediaksi kuluttaja-asiakkaan päätöksenteossa laskettaessa mukaan suorat ja välilliset vaikutukset. Verkossa risut ja ruusut leviävät nopeasti. Verkkokauppaa perustettaessa asiakkaita ei välttämättä vielä ole. Kuinka varmistaa, ettei perusta kauppa olemattomille asiakkaille?

7.1 Markkinointi on tärkeää

Jotta kuluttajat löytävät verkkokaupan, sitä täytyy markkinoida. Aloittavalle verkkokaupalle hyviä markkinoinnin välineitä ovat hakukonemarkkinointi, banner-mainonta, lehti-ilmoittaminen ja suoramarkkinoinnin palvelut.

7.2 Laaja valikoima suoramarkkinoinnin palveluita

Itella tarjoaa laajan valikoiman suoramarkkinoinnin palveluita, joista löytyy sinun yrityksellesi sopiva. Esimerkiksi eKortti-palvelulla (www.ekortti.fi) luot ja lähetät postikortti- ja kirjekokoisia viestejä yksittäin tai suuremmissa määrissä. Palvelun käyttöön otto on ilmaista – maksat vain lähetetyistä viesteistä.

NYRKKISÄÄNNÖT:

- *Uuteen verkkokauppaan ei tule asiakkaita ilman markkinointia.*
- *Mitä tarkemmin kaupan tarjonta ja palvelumalli on suunnattu tietyille kohderyhmille, sitä tehokkaampaa on kaupan markkinointi.*



7.3 Kysy suoraan asiakkaalta

Käy keskustelua mahdollisimman monen esimerkkiasiakkaan kanssa (olemassa olevasta asiakaskunnasta tai lähipiiristä), miksi hän ostaisi verkkokaupasta ja millä ehdoilla? Kysy mitkä asiat ovat hänelle tärkeitä ja mihin tarpeeseen he hyödykkeitä hankkivat. Selvitä, mitkä asiat vaikuttavat ostopäätökseen.

7.4. Itella Asiakkuusmarkkinointi - Parempaa tuottoa markkinoinnista

Asiakkuusmarkkinoinnin ratkaisumme tarjoavat käyttöösi välineet asiakkuuksien hankkimiseen ja hoitamiseen. Ratkaisut ulottuvat asiakassegmentoinnista, analytiikasta ja kohderyhmistä monikanavaisen viestin toimittamiseen juuri oikeaan osoitteeseen.

7.5 Jakeluratkaisumme tavoittavat jokaisen

Tarjoamme käyttöösi osoitteelliset ja osoitteettomat jakeluratkaisut, jotka tavoittavat jokaisen suomalaisen. Itellan asiakkuusmarkkinoinnin palveluista löytyy runsaasti palveluita eri tarpeisiin:

- **eKortti:** voit luoda suoramarkkinointikirjeet helposti netissä.
- **Itella eViesti** -palvelussa suunnittelet ja lähetät nopeasti ja tehokkaasti personoituja esitteitä, tiedotteita, kutsuja ja tervehdyksiä tai vaikka asiakaslehtiä.
- **Itella DMdirect:** Toteutat sähköpostikampanjoita vaivattomasti.
- **DMmessage:** Luot ja lähetät viestejä paperimuodossa nopeasti ja tehokkaasti.
- **DMkatalogiin** on koottu 23 markkinointiin sopivaa tuotetta: kortteja, selfmailereita, esitteitä ja special-tuotteita.

Lisätietoa asiakkuusmarkkinoinnin palveluista osoitteessa www.amarketing.fi

8. Mitä verkkokaupan perustaminen maksaa?

Verkkokaupan perustamisen kustannukset riippuvat paljon asetetuista tavoitteista. Itse kauppapaikan sovellus voi edustaa vain pientä osaa kokonaiskustannuksista. Alkuun pääsee pienelläkin investoinnilla, mutta graafikon suunnittelema ulkoasu ja sähköiset liittymät nostavat helposti projektin kokonaiskustannuksia. Kauppapaikan markkinointi on olennainen osa verkkokaupan aloittamista, joten siihenkin on syytä varautua.

Esimerkki: Kivijalkaliikkeen yksityisrittäjä

Matti on yksityisrittäjä ja hän myy tuotteitaan omassa liikkeessään. Verkkokaupan avulla Matti toivoo laajentavansa asiakaskuntaansa oman alueensa lähikuntiin tai jopa koko Suomeen. Matti osaa käyttää hyvin tietokoneen toimistosovelluksia ja hän on käynyt työväenopiston kurssin kotisivujen tekemiseksi.

Matti valitsee kauppapaikaksi valmiin palvelun Internetissä, joka maksaa 30 euroa kuukaudessa. Kauppapaikan ulkoasun hän valitsee valmiista malleista, mutta logosta ja pienistä kauppapaikkaa ehostavista kuvista hän maksaa 400 euroa paikalliselle graafikolle. Yrityksen tiedot ja tuotteet Matti syöttää kauppapaikkaan itse. Maksutavoista hän tekee sopimukset pankkien kanssa. Itellan kanssa Matti tekee sopimukset ilmaisesta Prinetti-sovelluksesta osoitekorttien tulostamiseksi ja noutokuljetuksista 3 kertaa viikossa.

Uusiasiakashankintaan keskittyvässä markkinoinnissa Matti satsaa hakukone-markkinointiin ja ilmaisiin hakemistopalveluihin, joista hän selviää keskimäärin 50-100 euron kuukausikustannuksilla. Paikallislehtien mainoksiin on nyt laitettu myös verkkokaupan osoite. Vanhoihin asiakkaisiin ja verkkokaupan kehittyvään asiakaskantaan kohdistuvaan markkinointiin Matti käyttää Itellan eKortti-palvelua, johon hän on alkutaipaleella satsannut 100 euroa kuukaudessa.

Verkkokaupan avaamisessa Matti pyrki investoimaan markkinointiin ja hyvään peruspalveluun. Koska Matti teki paljon itse, uusi myyntikanava aukesi hiukan yli tuhannen euron kertainvestoinnilla. Kuukausikustannukset aiheutuvat kauppapaikan sovellusvuokrahinnasta, pankkiyhteyksistä ja pakettien noutokuluista. Kauppapaikan kuukausikustannukset ovat noin 250 euroa kuukaudessa. Markkinointia hän tekee joustavasti kuukausittain käytettävissä olevien varojen mukaan.

9. Lisätietoja

Lisätietoa palveluistamme saat Itellan asiakaspalvelusta:

Puh. 0200 – 77 000

Lue myös lisää Internetistä:

www.itella.fi/verkkokauppa



Kauppapaikan perustajan muistilista

Menestyvän verkkokaupan edellytyksenä on suunnitelmallisuus, joka perustuu liiketoimintavoitteiden asettamiseen. Verkkokauppaa suunnitellessa kannattaa miettiä millaiselle kohderyhmälle kauppaa on avaamassa, millaiset resurssit on käytettävissä, mitä tuotteita on tarjolla ja miten niitä myydään.

Hyvä keino on tehdä arvio omista myyntivolyymeista esimerkiksi ensimmäiselle kolmelle vuodelle. Arvioi oman sisäisen työsi määrää suhteessa volyyymiin. On hyvä miettiä itseään asiakkaana: mitä ja miten etsit, mitä kysyt, jne. Seuraavaa listaa voit käyttää muistilistana asioista, jotka kannattaa käydä läpi perustamisen yhteydessä.

sivu 1/2

Verkkokaupan ja tuotteiden perustiedot

- Tuoteseloste, kuvat, hinnat, pakkauskoot, tuotteen ominaisuusvaihtoehdot
- Yrityksen perustiedot ja asiakaspalvelun yhteystiedot
- Ostosten kokonaishinta
- Maksutavat ja niiden mahdollinen vaikutus hintoihin
- Toimitustavat ja toimitusaika
- Palauttamisesta kertominen (Itellan Asiakaspalautus 14-palvelusopimus)

Verkkokaupan Internet-osoite (domain-nimi)

- Käytetään olemassa olevaa nimeä
- Hankitaan yritykselle oma, jota käytetään myös kauppapaikassa
- Hankitaan kauppapaikalle oma, joka ei ole sama kuin yrityksen osoite

Ohjelmiston ja laitteiston hankkiminen

- Oma ohjelmisto, laitteisto, Internet-yhteydet, ylläpito
- Palveluna vuokrattu

Uusien ohjelmistojen koulutus

- Verkkokaupan ohjelmisto
- Muut mahdolliset uudet sovellukset

Ulkoasun suunnittelu ja toteutus

- Suunnitellaan ja toteutetaan itse
- Ostetaan suunnittelu ja toteutus ulkopuoliselta
- Käytetään verkkokaupan ohjelmiston valmiita malleja

Varastotila ja varastonhallinta

- Oma varasto
- Itellan palveluvarasto
- Verkkokaupan ohjelmiston sähköiset liitynnät varastonhallintaan

sivu 2/2

Maksutavat

- Pankkien verkkomaksut (Nordea, Osuuspankki, Sampo, Aktia/Säästöpankit/PoP)
- Postiennakko
- Lasku
- Luottokortit (Visa, MasterCard, Diners Club, American Express)
- Maksu ulkomaisilla maksutavoilla (esim. PayPal)

Paketointi

- Pakkausmateriaalit, jotka suojaavat riittävästi tuotteita
- Osoitekorttien tulostaminen (katso www.prinetti.fi)

Kuljetukset varastosta postiin

- Itella noutaa säännöllisesti
- Itella noutaa saatuaan noutotilauksen
- Kauppias kantaa Postiin

Toimitusvaihtoehdot verkkokaupan asiakkaalle

- Kirje, joka mahtuu postilaatikkoon eikä sisällä kuljetusten seurantaa
- Maksikirje, suurikokoisille enintään 2kg kirjelähetyksille
- Nouto postista (Keltainen Kuljetus 16, tekstiviestitiedote lisäpalveluna)
- Kuljetus kotiin (Keltainen Kuljetus 21, tarvitsee asiakkaan puhelinnumeron)
- Express
- Toimitukset ulkomaille

Verkkokaupan markkinointi potentiaalisille asiakkaille

(katso www.amarketing.fi)

- Kohderyhmien poimiminen (katso www.atarget.fi) ja osoitteellinen tai osoitteeton suoramarkkinointi
- Internet markkinointi (hakukoneet, banner-mainonta, blogi)
- Sähköpostimarkkinointi
- Muut mediat: lehdet, radio, tv

Asiakaspalvelun yhteystiedot verkkokaupan asiakkaalle

- Sähköposti
- Puhelin
- Keskustelupalsta
- Faksi