VERKKOKAUPPASUUNNITELMA

Malliyritys

Kirjoittajan nimi

Pvm, muokattu

Sisällys

[2 Yleistä 3](#_Toc45103482)

[2.1 Verkkokaupan visio, missio ja liikeidea 3](#_Toc45103483)

[2.1.1 Visio 3](#_Toc45103484)

[2.1.2 Missio 3](#_Toc45103485)

[2.1.3 Liikeidea 3](#_Toc45103486)

[3 Suunnittelun kolme tärkeää osaa (lähde Paytrail-opas) 3](#_Toc45103487)

[4 Satsaus 3](#_Toc45103488)

[5 Asiakassegmentit 3](#_Toc45103489)

[6 Sidosryhmät 3](#_Toc45103490)

[7 Markkinoiden määrittely 4](#_Toc45103491)

[8 Tulostavoitteet 4](#_Toc45103492)

[9 Logistiikka 4](#_Toc45103493)

[10 Mittarit 4](#_Toc45103494)

[11 Markkinointisuunnitelma 4](#_Toc45103495)

[12 Visuaalinen suunnittelu 4](#_Toc45103496)

[13 Sisällön suunnittelu 5](#_Toc45103497)

[13.1 Tuotteet ja tuoteryhmät 5](#_Toc45103498)

[13.2 Tuotekuvaukset ja kuvat 5](#_Toc45103499)

[13.3 Voitko tarjota muuta sisältöä, joka toisi lisäarvoa sivustolla vierailevalle? 5](#_Toc45103500)

[14 Päivitysten tekeminen 5](#_Toc45103501)

[15 Tilaus ja toimitusehdot 5](#_Toc45103502)

[16 Rekisteriseloste 5](#_Toc45103503)

[17 Asiakaspalvelu 5](#_Toc45103504)

[18 Kustannussuunnittelu 5](#_Toc45103505)

[19 Vastuut 5](#_Toc45103506)

[20 Rakenne 6](#_Toc45103507)

[20.1 Tuoteryhmät ja tuotteet 6](#_Toc45103508)

[21 Toteutussuunnitelma 6](#_Toc45103509)

# Yleistä

Verkkokaupan onnistunut käynnistäminen edellyttää huolellista suunnittelua. Tässä asiakirjassa tarkastellaan keskeisimpiä osa-alueita, jotka on huomioitava, ennen kuin verkkokauppa kannattaa käynnistää.

## Verkkokaupan visio, missio ja liikeidea

### Visio

Mikä on unelmasi verkkokaupan suhteen? Missä haluat olla esim. 5 v:n kuluttua

### Missio

Mikä on verkkokaupan toiminta-ajatus, olemassaolon syy?

### Liikeidea

Mitä, kenelle, miten?

# Suunnittelun kolme tärkeää osaa (lähde Paytrail-opas)

Verkkokaupan suunnittelun kolme tärkeää osaa ovat tavoitteet, budjetti ja asiakkaat. Jos ohitat jonkun näistä kolmesta, todennäköisyys valita kaupallesi sopimaton alusta kasvaa.

*Olli Savolainen, PiiMega*

**Tavoite** Määritellään aina liiketoiminnan näkökulmasta. Kirkasta itsellesi, mitä verkkokauppatoiminnallasi tavoittelet ja mitä roolia verkkokauppa toteuttaa koko liiketoiminnassasi.

**Budjetti** Kuinka paljon voit investoida rahaa ja omaa tai tiimisi aikaa? Rahalla saa valmiita ratkaisuja, tukea ja ylläpitoa, mutta oman tiimisi osaamisen kasvattaminen voi olla pitkällä tähtäimellä parempi ratkaisu tavoitteisiisi nähden.

**Asiakkaat** Älä keskity vain siihen, mitä asiakkaat ostavat, vaan tarkastele myös sitä, miten he ostavat. Ovatko he tietopohjaisia, laatutietoisia vai impulsiivisia ostajia?

# Satsaus

Onko kauppa osa-aikainen vai kokoaikainen?

# Asiakassegmentit

Tarkastele tässä mahdollisia asiakasryhmiä, joille uskot verkkokauppasi tuovan lisäarvoa. Segmenttejä voivat olla esim. nuoret, vanhukset, kaupunkilaiset, työttömät,..

# Sidosryhmät

Mieti tässä verkkokauppasi mahdollisia sidosryhmiä ja kuinka sinun tulisi huomioida sidosryhmät.

Verkkokaupan **sidosryhmiä** ovat kaikki tahot, joiden kanssa olet tekemisissä verkkokauppasi perustamisen tiimoilta ja joihin verkkokaupan toiminta vaikuttaa. Ilman sidosryhmiä verkkokauppa ei voi toimia. Erilaisia ryhmiä on yrityksen sisällä ja ulkopuolella.

* Sisäisiä sidosryhmiä, esim:
  + johtajat
  + omistajat
  + työntekijät
* Ulkopuolisia sidosryhmiä, esim:
  + asiakkaat
  + kilpailijat, yhteistyökumppanit
  + rahoittajat
  + tavarantoimittajat
  + viranomaiset
  + kuljetusliikkeet
  + maksutapojen tarjoajat
  + ympäristö

# Markkinoiden määrittely

Merkityksellisten markkinoiden määrittely tarkoittaa sen selvittämistä, mitkä hyödykkeet kilpailevat tai voivat kilpailla tarkastelun kohteena olevien hyödykkeiden kanssa ja siten rajoittaa markkinavoiman käyttöä. Tarkoituksena on selvittää ne tuotteet ja palvelut, jotka ovat kuluttajien näkökulmasta toisensa korvaavia eli keskenään kilpailevia. Määrittelyssä selvitetään myös markkinoiden laajuus sekä tuotteen että maantieteellisen ulottuvuuden osalta.

# Tulostavoitteet

Tee verkkokaupallesi tulostavoitteet vähintään kahdelle vuodelle. Tulostavoitteet on mahdollista määritellä myynnillä, verkkokaupan kävijöiden määrällä ja suhteellisella ostojen määrällä (kuinka moni sivulla vierailija tekee ostoksia esim. 5%)

# Logistiikka

Mieti pakkausmateriaaleja ja kuljetusliikkeitä. teetkö kauppaa vain kotimaassa vai myös ulkomaille (Eurooppa, USA,..)

# Mittarit

Kuinka mittaat vierailijoiden käyttäytymistä sivustollasi (esim. Google Analytics, Snooby, AwStats,..)

# Markkinointisuunnitelma

Mieti mitä markkinointimenetelmiä tulet käyttämään ja milloin. Käytätkö nettimarkkinointia, lehtimainontaa, suoria kontakteja,.. Tee markkinointisuunnitelma vähintään yhdelle vuodelle.

# Visuaalinen suunnittelu

Pohdi sivuston visuaalisia elementtejä (huomioi yrityksesi visuaalinen ilme). Kuinka voit vaikuttaa väreillä ja komponenttien asemoinnilla verkkokauppasi menestymiseen.

# Sisällön suunnittelu

## Tuotteet ja tuoteryhmät

Kirjaa ylös tuotteita, joita aiot kaupata. jaa tuotteet tuoteryhmiin

## Tuotekuvaukset ja kuvat

Pohdi millaisia tekijöitä on otettava huomioon, kun teet kauppaasi tuotekuvaukset. Kuinka saat tuotteiden kuvat (ostatko ammattimaista palvelua, kuvaatko itse vai saatko kuvaukset esim. tavarantoimittajalta).

HUOM! Tämä on tärkeä vaihe, koska käyttäjät eivät voi kosketella tuotteitasi. Tämä on yksi ratkaiseva tekijä verkkokaupan menestymisen kannalta.

## Voitko tarjota muuta sisältöä, joka toisi lisäarvoa sivustolla vierailevalle?

# Päivitysten tekeminen

Kuinka usein päivität uutta sisältöä sivuillesi? Sisällön tuoreus vaikuttaa esim. hakukonerankkauksiin.

# Tilaus ja toimitusehdot

Tee erillisiin asiakirjoihin tilaus ja toimitusehdot, jotka voit sitten lisätä sivuillesi.

# Rekisteriseloste

Suunnittele valmiiksi kauppaan liitettävä rekisteriseloste

# Asiakaspalvelu

Minä ajankohtina annat puhelimitse asiakaspalvelua?

Palveleeko FB-sivu myös asiakaspalvelussa?

WhatsApp ?

Kyselylomakkeen kautta tehtävät tiedustelut.

Intra?

# Kustannussuunnittelu

Tee laskelma verkkokauppasi kustannuksista. Voit hyödyntää esim. Kotisivutaivaan sivuilta löytyvää laskuria.

https://www.kotisivutaivas.fi/lataukset/Verkkokauppalaskuri.xlsx

# Vastuut

Perehdy verkkokauppiaan vastuisiin.

* Kuluttajansuojalaki (KSL)
* Kauppalaki (b-to-b-kauppa, KL)
* Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (SopMenL)
* Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta
* Sähköisen kaupan direktiivi
* Sähköisen viestinnän tietosuojalaki (SVTSL)
* Henkilötietolaki (Rekisteriseloste)
* Muita
  + Markkinointiin liittyvät lait
  + Alakohtaiset lait yms.

# Rakenne

## Tuoteryhmät ja tuotteet

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tuoteryhmä | Tuote | Lyhyt kuvaus | Pitkä kuvaus | Nettohinta |
| Ryhmä 1 | Tuote 11 |  |  |  |
|  | Tuote 12 |  |  |  |
| Ryhmä 2 | Tuote 21 |  |  |  |

# Toteutussuunnitelma

Pohdi ja kirjaa ylös toteutusaikataulut. Huomioi tässä kohdassa omat voimavarat ja resurssit.