

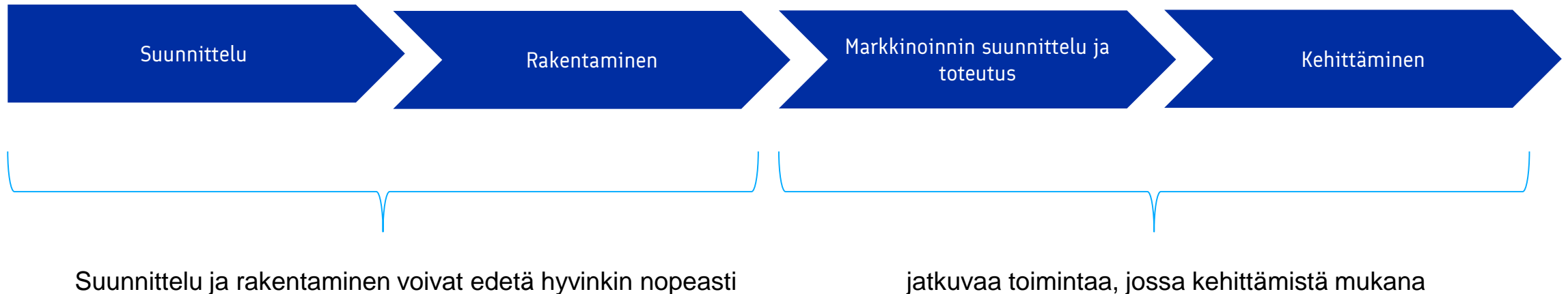


**VOIKO LIIKETOIMINNAN KEHITYSRAHOITUSTA  
HÄIRIÖTILANTEISSA KÄYTTÄÄ VERKKOKAUPAN  
PERUSTAMISEEN?**

**1.4. 2020**

# Verkkokauppprojekti

- Projektin voi jakaa 4 osa-alueeseen, joista suunnittelu ja rakentaminen voivat edetä hyvinkin nopeasti
- Markkinointi ja kehittäminen ovat jatkuvaa toimintaa



# Rahoitus verkkokaupan suunnitteluvaiheessa



**Kyllä.** Rahoitusta voi käyttää verkkokaupan ja oman digitaalisen liiketoimintamallin suunnitteluun.

- Ennen verkkokaupan avaamista täytyy tehdä oman digitaalisen liiketoimintamallin suunnittelu.
- Rahoituksella voi ostaa asiantuntijapalveluita liiketoimintamallin suunnitteluun sekä verkkokauppa-alustojen ja logistiikka- ja maksupalveluiden kartoittamiseen ja valintaan.

# Rahoitus verkkokaupan rakentamisvaiheessa



**Ei.** Rahoitusta ei voi käyttää verkkokauppa-alustan tai varausjärjestelmän ostamiseen ja -kaupan rakentamiseen.

- Verkkokaupan pystyttäminen, verkkokauppa-alustan hankkiminen ja tuotteiden laittaminen sinne myyntiin, on nopea ja varsin helppo toimenpide sen jälkeen, kun on suunnitteluvaiheessa hankittu ymmärrys siitä, mitä pitää tehdä.
- Kehittämisrahoitusta ei voi käyttää verkkokauppa-alustan ostamiseen.
- Matkailuyrityksille sopivia verkkokauppa-alustoja ja varausjärjestelmiä ovat esimerkiksi Johku, Bokun ja Citybreak
- [Lisätietoja Suomessa käytössä olevista matkailualan varausjärjestelmistä](#)

# Rahoitus verkkokaupan markkinoinnissa



**Kyllä**, rahoitusta voi käyttää markkinointisuunnitelman tekemiseen.

**Ei**, rahoitusta ei voi käyttää markkinoinnin toteuttamiseen.

- Mikään verkkokauppa ei myy ilman, että sitä markkinoidaan.
- Jos verkkokaupprojekti pysähtyy suunnittelun ja toteutuksen jälkeen, on todennäköistä, että kauppa kuihtuu heti alkuunsa.
- Verkkokaupan markkinoinnin suunnitteluun voi käyttää rahoitusta ja ostaa siihen tarvittavia asiantuntijapalveluita.
- Rahoitusta ei voi käyttää markkinoinnin käytännön toteuttamiseen.

# Rahoitus verkkokaupan kehittämisessä



## **Kyllä.** Rahoitusta voi käyttää verkkokaupan kehittämiseen.

- Pilotoidaan verkkokauppakonseptia esimerkiksi uudella markkinalla.
- Koemarkkinoidaan ja testataan kilpailuetua esimerkiksi datalähtöisen koemarkkinoinnin sekä iteratiivisen testaamisen avulla tai tavanomaisten palvelumuotoilun ja kilpailijatutkimuksen keinoin.
- Saatujen tulosten analysointi jatkokehittämistä varten kuuluu olennaisena osana tätä vaihetta.



## YHTEENVETO

**ESIMERKKI-PROJEKTI, JOTA VOI SOVELTAA OMASSA  
RAHOITUSHAKEMUKSESSA**

# Yhteenveto – Verkkokaupan perustaminen ja kehittäminen - esimerkki

	Suunnittelu	Rakentaminen	Markkinoinnin suunnittelu ja toteutus	Kehittäminen
<b>Julkisella rahoituksella toteutettavia toimia ovat esim.</b>	<p>Strategia ja konsepti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asiakaslupaus: Miksi asiakkaat ostavat meiltä</li> <li>Omat kilpailuedut</li> <li>Asiakassegmenttien tunnistaminen</li> </ul> <p>Toimintamallin suunnittelu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tuotteet ja valikoima</li> <li>Verkkokauppa-alustojen kartoitus ja valinta</li> <li>Maksutapojen ja logistiikan suunnittelu</li> </ul>		<p>Markkinoinnin suunnittelu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kilpailuetujen analyysi ja tunnistaminen</li> <li>Asiakkaan ostopolun määrittely</li> <li>Kävijähankinnan kanavien analyysi ja strategiavalinnat</li> <li>Kampanjoiden ja tarjoaman suunnittelu</li> <li>Lisämyynnin ja pakettien tuotteistamisen kehittäminen keskiostoksen kasvattamiseksi</li> </ul>	<p>Konseptin pilotointi iteratiivisella koemarkkinoilla:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asiakaslupauksen testaus</li> <li>Uusien markkinoiden etsiminen</li> <li>Asiakas- ja kilpailijakartoitus</li> </ul> <p>Konseptin kehittämissuunnittelu</p>
<b>Ei-rahoitettavia toimia ovat esim.</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Verkkokauppa-alustan hankinta</li> <li>Ulkoasun ja rakenteen luonti</li> <li>Tuotteiden perustaminen</li> <li>Bannerien ja sisältösivujen rakentaminen</li> <li>Maksutapojen ja logistiikan käyttöönotto</li> <li>Integraatiot muihin järjestelmiin</li> </ul>	<p>Operatiivinen markkinointi, esim</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hakukonemarkkinointi</li> <li>Hakukoneoptimointi</li> <li>Some-markkinointi</li> <li>Growth hacking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konversio-optimointi</li> <li>Heatmap –kartat</li> <li>AB-testaus</li> <li>Visitor recording</li> <li>Keskiostoksen optimointi</li> <li>Taktisen markkinoinnin jatkuva optimointi</li> </ul>
<b>Kustannus-arvio julkisen rahoituksen toimille</b>	5000 - 10 000 €		5000 - 10 000 €	> 30 000€



# Lisätietoja

- [Lisätietoja häiriötilannerahoituksesta](#)
- Tarvittaessa Visit Finlandin tiimi voi auttaa löytämään sopivia konsultteja kehittämistyöhön: Yhteys: [kaisa.kosonen@businessfinland.fi](mailto:kaisa.kosonen@businessfinland.fi) [Lisätietoja Visit Finlandin digitaalisen kehittämisen toimenpiteistä.](#)
- Business Finlandin Experience Commerce ohjelma ja sen Verkkokauppiat facebook ryhmä ovat oivia paikkoja sparrailla verkkokauppaan liittyviä asioita myös matkailualan ulkopuoliset toimijoiden kanssa. Yhteys: [aija.kalander@businessfinland.fi](mailto:aija.kalander@businessfinland.fi)  
[Experiencecommerce.fi](http://Experiencecommerce.fi)