

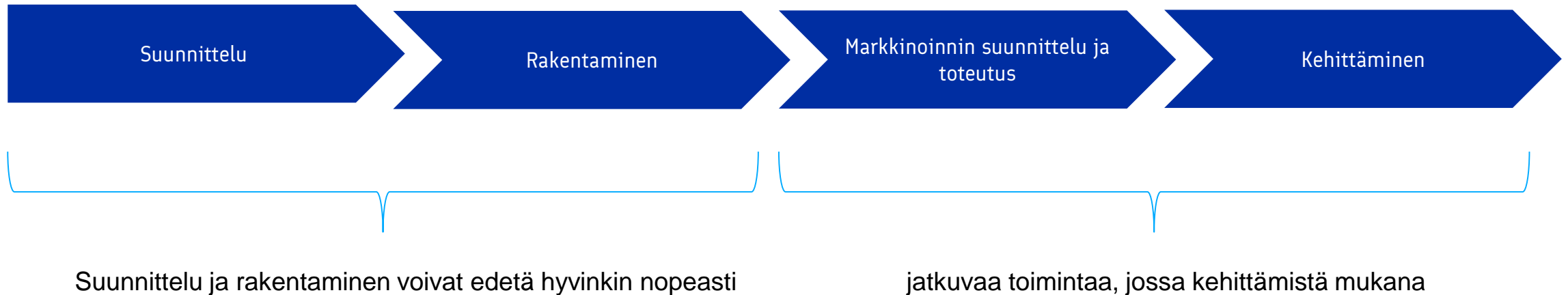


VOIKO LIIKETOIMINNAN KEHITYSRAHOITUSTA HÄIRIÖTILANTEISSA KÄYTTÄÄ VERKKOKAUPAN PERUSTAMISEEN?

1.4. 2020

Verkkokauppaprojekti

- 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 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.
- PK-yrityksille sopivia verkkokauppa-alustoja ovat esimerkiksi Mycashflow, Vilkas ja Shopify.
- Suomalaisten verkkokauppioiden kokemuksia
<https://www.paytrail.com/suuri-verkkokauppa-alustaraportti-2019>

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

ESIMERKKI: Verkkokauppa aloittava mikroyrittäjä

- Mikroyrittäjälle verkkokauppa tarkoittaa yleensä liiketoiminnan laajentamista digitaaliseen kanavaan sekä mahdollisesti kansalliseksi.
- Tällaisessa projektissa rahoitettavia osia ovat konseptin suunnittelu sekä markkinoinnin suunnittelu.
- Realistiset kulut tällaisessa projektissa ovat:
 - Suunnittelu: 5 000 – 15 000€
 - Rakentaminen: Ei yleensä rahoitettavaa – Todelliset kustannukset 3000 – 10 000€
 - Markkinoinnin suunnittelu: 2000 – 10 000€
 - Hyvin paljon on kiinni siitä kuinka uniikkia ja innovatiivista konseptia tavoitellaan vai onko kyseessä vain toimintaa palveleva tilauskanava. Rohkealla ja innovatiivisella visiolla varustettu konsepti, jolla tähdätään kansainvälisiin markkinoihin ja suureen skaalaukseen, voi myös mikroyrittäjältä lähtevänä asemoitua ”verkkokauppa aloittavan pk-yrityksen” budjettiraamiin. Tällöin myös esim rakentaminen voi olla rahoitettavaa, mikäli alustan MVP on rakennettava pilotointia varten.



ESIMERKKI: Verkkokauppaa aloittava pk-yritys

- Kun pk-yritys on kokoluokaltaan, iältään tai brändiltään selkeästi kehittyneempi, digitaalisen kaupan projekti on vietävä aivan toisella tasolla läpi. Sen suunnittelussa on huomioitava niin nykyinen brändi ja siten viestintä sekä ulkoasu aivan toisella tavalla kuten myös omnichannel –ulottuvuus sekä integraatiot.
- Tällaisessa projektissa rahoitettavia osia voi konseptin suunnittelun sekä markkinoinnin suunnittelun lisäksi olla myös suoraan strateginen kehittäminen, jolla tähdätään syvempään asiakasymmärrykseen tai vaikkapa kansainvälistymiseen.
- Realistiset kulut tällaisessa projektissa ovat:
 - Suunnittelu: 10 000 – 30 000€ → Hyvin paljon on kiinni siitä kuinka uniikkia ja innovatiivista konseptia tavoitellaan vai onko kyseessä vain toimintaa palveleva tilauskanava.
 - Rakentaminen: Ei yleensä rahoitettavaa – Todelliset kustannukset 15 000 – 300 000€
 - Markkinoinnin suunnittelu: 10 000 – 30 000€
 - Kehittäminen: 40 000 – 80 000€ (esimerkiksi datalähtöinen strategia ja markkinatutkimus)



ESIMERKKI: Verkkokauppa, joka kehittää toimintaansa

- Valmiiksi verkkokaupassa menestyksellisesti toimiva yritys ei hae yleensä rahoitusta verkkokaupan aloittamisen tai markkinoinnin suunnitteluun.
- Sen sijaan tarpeita saattaa olla konseptin tai toimitusketjujen uudistamisessa tai vaikkapa uusien liiketoiminta-alueiden rakentamisessa, joko uuden tuotekategorian tai uuden markkina-alueen osalta (esim. Kansainvälistyminen uusiin maihin markkina-alueen laajentamiseksi).
- Realistiset kulut tällaisessa projektissa ovat:
 - Kehittäminen: Esimerkiksi datalähtöinen strategia ja markkinatutkimus voi sisältää seuraavia osa-alueita
 - KV-valmiuksien analyysi 5000 – 10 000€
 - Datalähtöinen markkinatutkimus 40 000 – 80 000€
 - Analyysit ja datalähtöisen strategian johtaminen tutkimuksesta: 10 000 – 20 000€
 - Tällainen projekti sitoo yrityksen johtoa / johtoryhmää noin 10-30% työajasta sekä 1-2 työntekijää 50-100%:sti.



Kannattaa liittyä Facebookin Verkkokauppiat-ryhmään ja osallistua koulutukseen

- Facebookin Verkkokauppiat-ryhmässä käydään vilkasta keskustelua.
- Ryhmästä saa vertaistukea, voi kysyä neuvoja muilta, kysyä suosituksia liittyen verkkokauppa-alustoihin tai konsulttien valintaan jne.
- Tarvittaessa Experience Commerce -ohjelmatiimi auttaa löytämään sopivia konsultteja kehittämistyöhön avuksi. Yhteys: aija.kalander@businessfinland.fi
Experiencecommerce.fi

MAKSUTON KOULUTUSPAKETTI

- Jos harkitset verkkokaupan perustamista, tarjolla nyt on myös korkeatasoista koulutusta, joka valtiontuen ansiosta on maksutonta. www.intoo.fi/verkkokaupan-rakennustalkoot-workshop/
- ILMOITTAUTUMINEN: Sari Jokinen, puh. 040 595 4464, koulutus@intoo.fi
- Lisätiedot: www.intoo.fi/verkkokaupan-rakennustalkoot-workshop/