



SB Ecommerce Group
Väinö Kaalikoski

Verkkokaupan ABC – Verkkokauppa meillä ja maailmalla
Tavoite: Antaa tietoa, ideoita ja rohkeutta!



Esittely

Väinö Kaalikoski

- SB Ecommerce Group Oy, TJ
- SBC Saksa Oy, TJ
- Verkkokauppias
- Lukuisia epäonnistuneita ja onnistuneita projekteja

SB Ecommerce Group

- Perustettu 2012
- Toimii useissa Euroopan maissa
- Toimii useilta eri varastoilta
- Toimisto Aleksanterinkadulla Lahdessa, yhdessä sisaryritys Preeco Tradingin kanssa
- Kokonaisvaltainen verkkokauppatoimija
- Kaikki toiminnot IN-HOUSE
- Yksi suurimmista Facebook –mainostajista Suomessa

ALEKSANTERINKADUN VERKKOKAUPAT



SB ECOMMERCE GROUP



SBC SAKSA

PREECO TRADING

25 työntekijää



+358 449751335



www.sbecommerce.fi



**SB ECOMMERCE
GROUP OY**



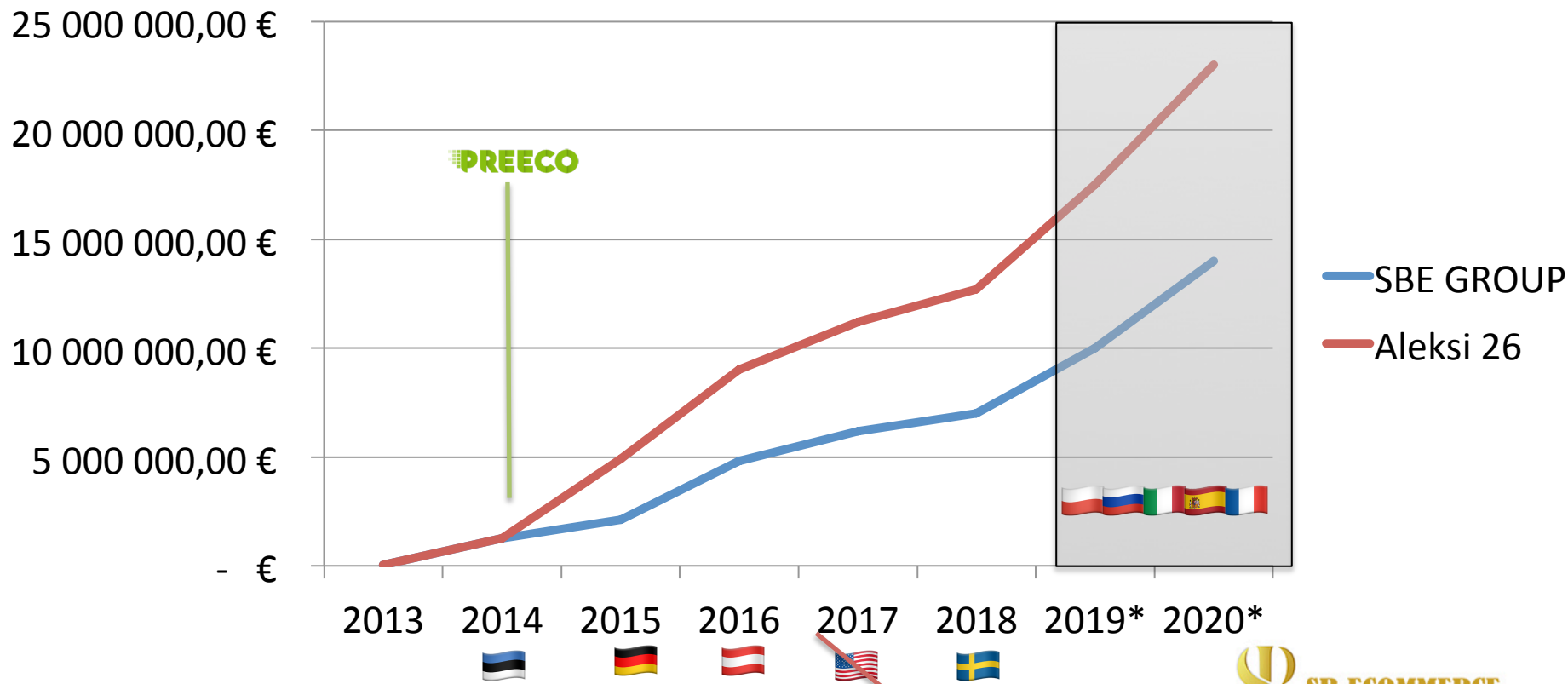
Verkkokaupat



SB Ecommerce Group Oy on suomalainen verkkokauppayhtiö, joka **omistaa ja hallinnoi** verkkokauppoja Suomessa, Baltiassa, Ruotsissa, Saksassa Itävallassa.



Liikevaihdon kehitys





Verkkokauppa meillä ja maailmalla?

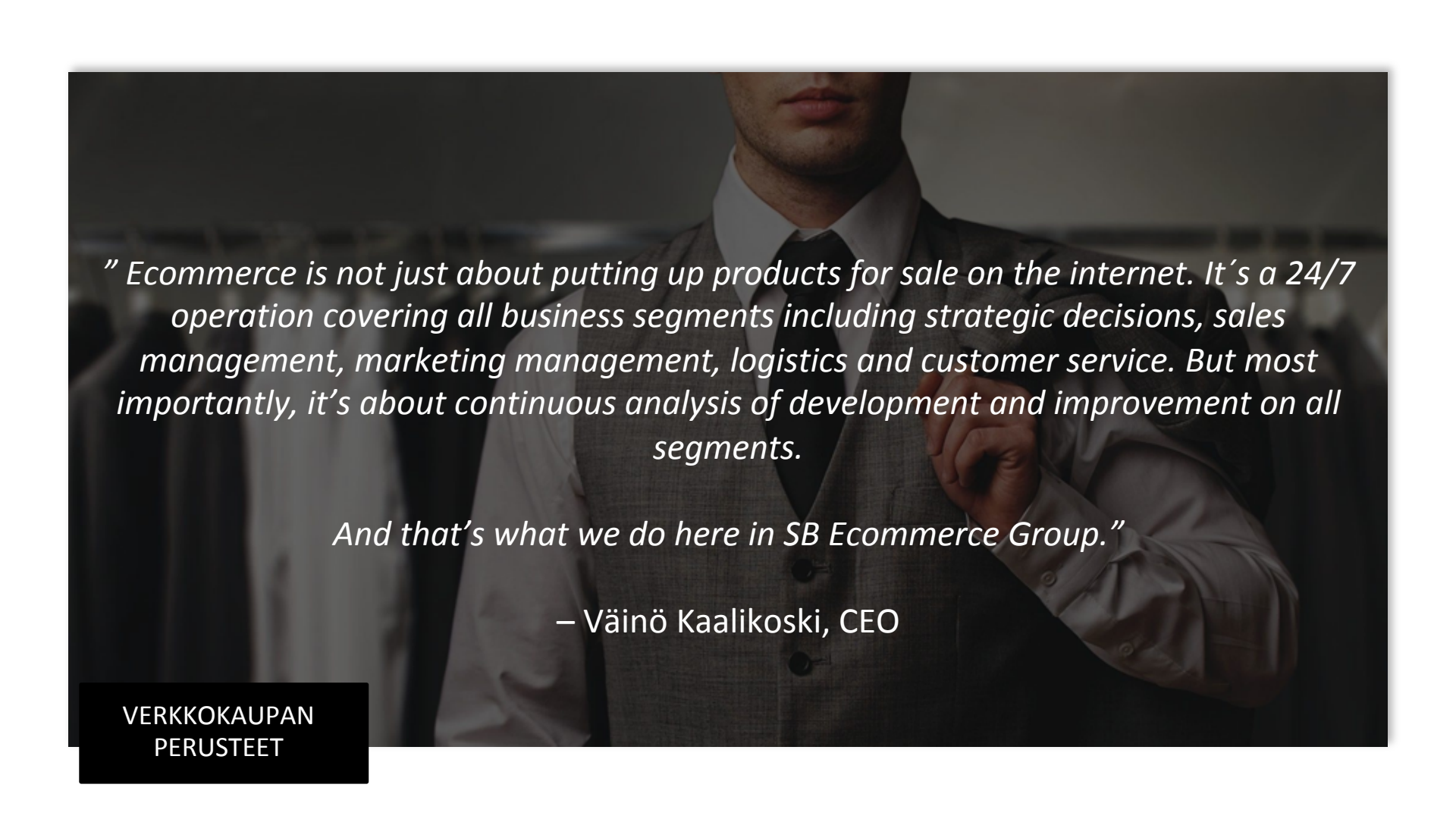
Verkkokaupan
perusteet

Verkkokauppa lukuina

Teknologian kehitys

Kaupan muutos

Kauppapaikat



”Ecommerce is not just about putting up products for sale on the internet. It’s a 24/7 operation covering all business segments including strategic decisions, sales management, marketing management, logistics and customer service. But most importantly, it’s about continuous analysis of development and improvement on all segments.

And that’s what we do here in SB Ecommerce Group.”

– Väinö Kaalikoski, CEO

VERKKOKAUPAN
PERUSTEET



Verkkokaupan perustaminen

- Valitse tuotteistus ja tutki, että siinä on järkeä.
 - Ole rehellinen ja rationaalinen
 - Listaa asiat miksi ihmiset ostavat sinulta → Kysy muilta
- Suunnittele, rakenna ja avaa verkkokauppa tai verkkostrategia
 - Jokainen ajatteleva olento saa verkkokaupan valmiiksi
 - Ilman kokemusta se vie vaan vähän aikaa → Ei selityksiä
 - Älä aloita liian vaikeasti → 80% valmiin voi aina avata
- Aloita markkinointi
 - Sanonta: "Älä osta mitään, mitä et ymmärrä"
 - Perustele päätöksesi
 - Opi testaamalla
- Saat asiakkaita
 - Pidä niistä huolta, äläkä päästä niitä karkuun.

VALLOITA MAAILMA

Benchmark

1. Hinnoittelu
2. Asiakaskokemus
3. Mobiili
4. Markkinointi
5. Logistiikka
6. Maksutavat
7. Mobiili
8. Valikoima
9. Nopeus
10. Mobiili

**VERKKOKAUPAN
PERUSTEET**

Liikenne



Konversio%



Keskiosτος



Uudelleen
osto

= liikevaihto

- ✓ HAKUKONEOPTIMOINTI
- ✓ HAKUKONEMAINONTA
- ✓ BLOGAAJAT / AFFILIATE
- ✓ UUELLEENMARKKINOINTI

- ✓ TUOTEVALIKOIMA
- ✓ TUOTESIVUT
- ✓ KÄYTTÖKOKEMUS
- ✓ ASIAKASPALVELU
- ✓ LIIKENTEEN LÄHDE
- ✓ LASKEUTUMISSIVU

- ✓ VALIKOIMAN
YHTEENSOPIVUUS
- ✓ PAKETTITARJOUKSET
- ✓ RISTIINMYynti

- ✓ PALVELUKOKEMUS
- ✓ SÄHKÖPOSTIMARKKINOINTI
- ✓ MUOKKAUTUVUUS
- ✓ TUOTTEIDEN KÄYTTÖIKÄ
JA UUTUDET

MUUTOS YHDESSÄ ASIASSA MUIDEN PYSYESSÄ ENNALLAAN NOSTAA TAI LASKEE KAUPAN LIIKEVAIHTOA

VERKKOKAUPAN
PERUSTEET



HUOMIO

- Suurin osa menestyvistä verkkokauppiaista on itse oppineita.
 - Meistä kukaan ei ole käynyt verkkokauppakouluja
 - Olemme oppineet kaiken tekemällä
- Pienissä yrityksissä ei ole yleensä tiukkoja roolijakoja
 - Vrt. toimitusjohtaja ei tee mitään operatiivista
- Suurin tietopankki ja koulutuslähde on Google
- Suurin opetusväline on epäonnistuminen ja kokeilu
- Kaikella tekemisellä tulee olla tavoite
- Vain harvoja asioita tarvitsee arvailla

Verkkoliiketoiminnassa ei ole selityksiä. Kaiken tiedon saa, kaiken voi oppia ja kaiken voi mitata.

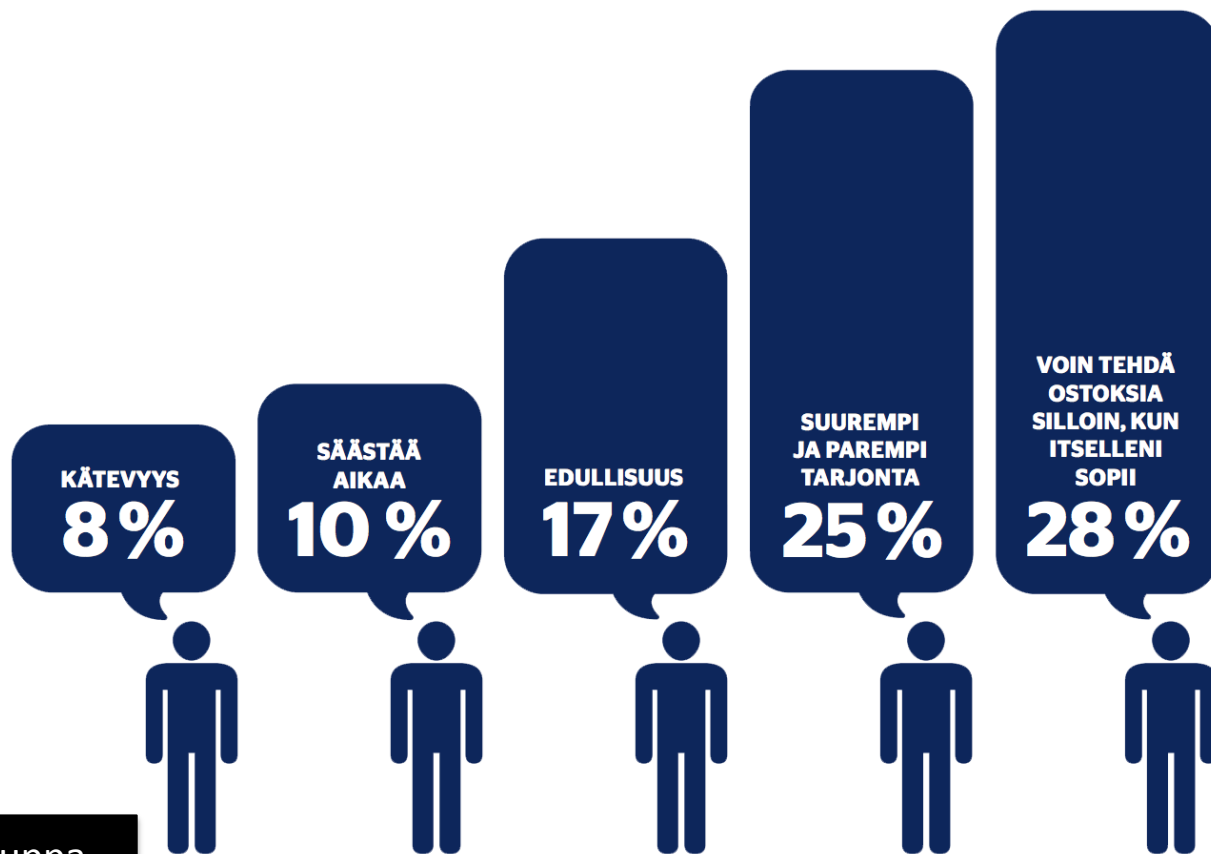
VERKKOKAUPAN
PERUSTEET



VERKKOKAUPPA LUKUINA MIKSI | MITÄ | KUINKA PALJON?



Miksi ihmiset ostavat verkosta?



* POSTNORD
verkkokauppa
pohjoismaissa
2018

Verkkokauppa
lukuina



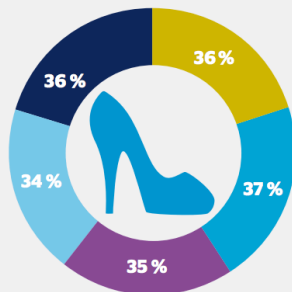
Mitä ihmiset ostaa verkosta?

Tuoteryhmät, joita pohjoismaalaiset ostavat verkosta (kuukausittainen keskiarvo, tammikuu-joulukuu)

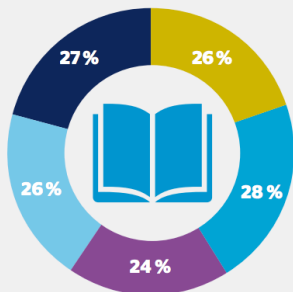
Millaisia tuotteita olet ostanut verkosta viimeisten 30 päivän aikana? (yhteensä)

Tutkimusjoukko: tuotteita verkosta viimeisten 30 päivän aikana ostaneet.

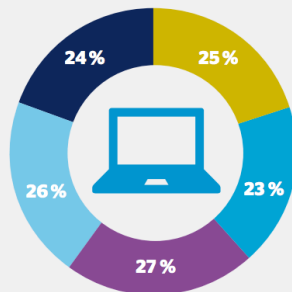
■ Pohjoismaat ■ Ruotsi ■ Tanska ■ Norja ■ Suomi



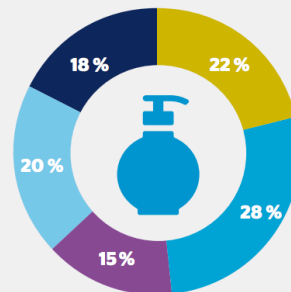
1. Vaatteet/kengät



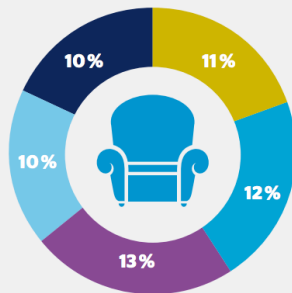
2. Media



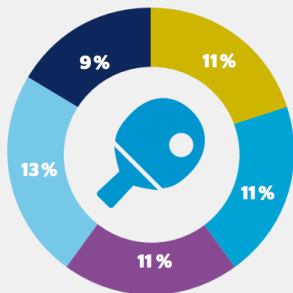
3. Viihde-elektroniikka



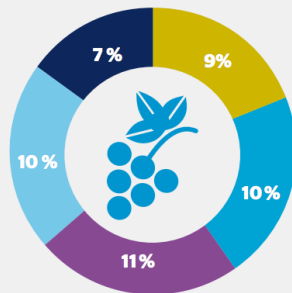
4. Kauneus/terveys



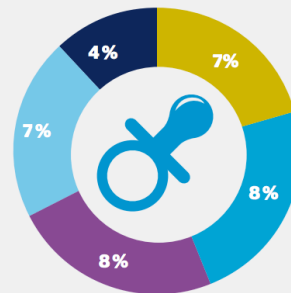
**5. Huonekalut/
kodinsisustus**



6. Urheilu/vapaa-aika



7. Päivittäistavarat



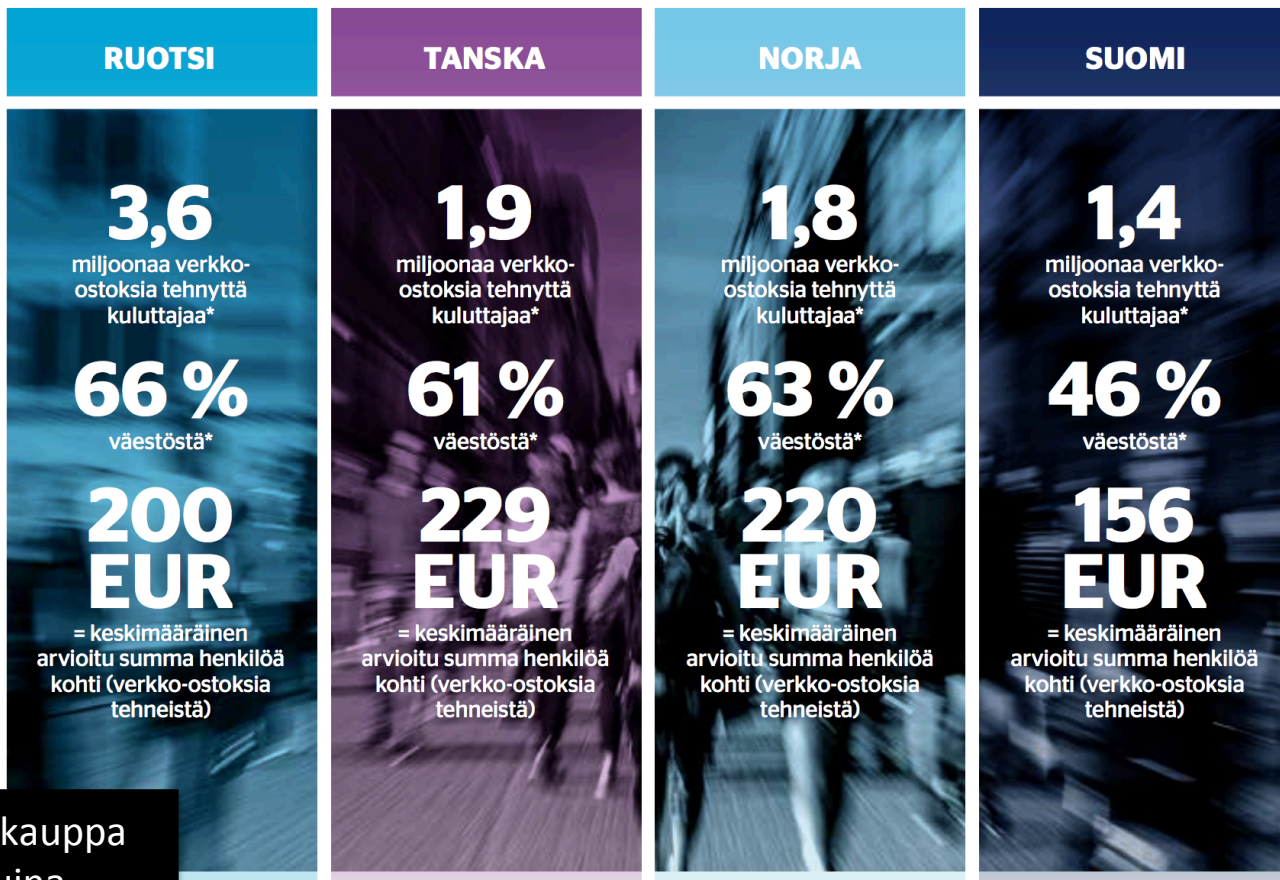
**8. Lastentarvikkeet/
lelut**

* POSTNORD
verkkokauppa
pohjoismaissa
2018

Verkkokauppa
lukuina



Kuinka paljon ihmiset ostaa verkosta 1kk aikana?



Verkkokauppa
lukuina

* POSTNORD
verkkokauppa
pohjoismaissa
2018



Yhteenveto

- Suomalaiset ostaa eniten ulkomaalaisista verkkokaupoista
 - +27% muihin pohjoismaihin verrattuna
- Tärkeintä asiakkaalle
 - Saa tehdä ostokset kun haluaa
 - Saa tietoa toimituksesta 93%
- Suomessa 97% pääsy internettiin
 - Kukaan ei voi perustella, etteikö verkkoliiketoiminta koskisi heidän liiketoimintaa
- Kuluttajat tottuneet käyttämään useita eri maksutapoja
- 36% pohjoismaalaisista kuluttajista tilaa tuotteita puhelimella kuukausittain
- Meidän verkkokaupoista kävijäliikenteestä jopa 80% on mobiililaitteilla – paljon teillä?

Verkkokauppa
lukuina



TEKNOLOGIAN KEHITYS



Teknologian kehitys

- Mobiili käyttäjämäärän kasvu tuo kaupan joka puolelle
 - Mobile everything – meidän kaupassa jopa 80% liikenteestä
- Maksutapojen muutos
 - Verkkopankkimaksaminen vähenee
 - Alipay, Mobilepay, Lasku
- Mahdollisuus testata
 - Parturi-kampaaja & Ärrän myyjä
- AI – Tekoäly
 - Botit, asiakaspalvelu, ääniohjaus
 - Koneoppiminen Esim. Hinnoittelu ja tuotesuosituks

VINKIT

1. Älä tukeudu pelkästään omaan mielipiteeseesi
2. Huomioi aina mobiilikäyttäjä!
3. **Paranna maksutapoja aina kun mahdollista!**
4. Yksinkertaista prosessia
5. Ota hyöty automaatioista ja tekoälystä!

TEKNOLOGIAN
KEHITYS



Väinön keskiviikko ja teknologia



Työmatka



Ruoka



Maksut



Ostokset

TEKNOLOGIAN
KEHITYS



Huonompia esimerkkejä



Microsoftin rakentama botti, jonka tarkoituksena oli kehittää SoMe -henkilö, joka pystyisi AI:n avulla kommunikoimaan kuin ihminen ja puhumaan ajankohtaisista ilmiöistä.

Muutaman viikon jälkeen se puhui vaan natsismista ja anti-feminismistä.

TEKNOLOGIAN
KEHITYS



KAUPAN MUUTOS & KANSAINVÄLISYYS



Kaupan muutos ja kansainvälistyminen

- Mahdollisuus erikoistua
 - JIMM'S PC Store & P
- Toiminnalla ei maantieteellisiä rajoitteita → Finnish design shop
- Lokalisointi
- Laajemmat valikoimat
- Suuret ostotapahtumat
 - Black Friday / Singles day
- Asiakaskokemus & sisältö
 - Videotuotanto → 80% Facebook sisällöstä videota
 - Parempi asiakaskokemus

VINKIT

1. Hinta, brändi tai valikoima
2. Kielitaito
3. Paikalliset maksutavat
4. Testattu konsepti
5. Myyntitapahtumat BF
6. Tunnista asiakkaidesi tarve!



Kansainvälistymisen ABC

- Testaa konsepti
- Tutustu markkinaan
 - Listaa asiat miksi ostaisit kaupastamme?
- Ole parempi kuin paikallinen
 - Toimitus ja tuotteistus
- Ole kuin paikallinen
 - Kieli & maksutavat
- Tee – Kokeile – Tee – Kokeile
- OPETTELE

Paras vinkki

Jos et tiedä mitä pitäisi tehdä, soita meille.

044 - 5088112

KAUPAN MUUTOS &
KANSAINVÄLISYYS



KAUPPAPAIKAT

Kauppapaikat

SOKOS

VS.

KIVIJALKA/TRIO

Ajatusleikki:

Sokos on Amazon ja kauppakeskus Trio verkkokaupat. Triossa yksittäiset brändit ovat omissa kaupoissaan. Sokoksella taas on useita brändejä samalla osastolla.

Tavarantoimittajana Sokoksella - sinun ei tarvitse maksaa ja rakentaa hienoa julkisivua, markkinointia tai myymälää niin kuin Triossa. Hyvä ja laadukas tuote riittää. Et tosin saa kaikkia haluamiasi tuotteita hyvin esille, etkä saa ikinä tietää kuka tuotteesi on ostanut. Tuotteesi ostanut palaa todennäköisesti takaisin Sokokselle ja saattaa päätyä, johonkin toiseen vastaavaan tuotteeseen. Tai huonoimmassa tapauksessa hermostuu kun viereisessä hyllyssä on aitoa turkista.

Triossa sinä olet herra. Vastaat omista asiakkaistasi, markkinoinnista ja koko asiakaskokemuksesta. Asiakkaat palaavat hyvän palvelun ja hinnan jälkeen todennäköisesti luoksesi, eivätkä hairahda kilpaileviin tuotteisiin niin herkästi.

VINKIT

1. Mieti onko liiketoimintasi hinta- vai valikoimakeskeistä?
2. Onko sinulla selkeä brändiviesti jota haluat viestittää?
3. Onko suurin osa asiakkaistasi palaavia?
4. Tee kattava verkkostrategia, joka mahdollistaa myös markkinapaikkojen käytön!

KAUPPAPAIKAT

Vertailukohdat	Kauppapaikat	Oma verkkokauppa
Hinnoittelu	Hinta vetoinen - jatkuva vertailu	Mahdollistaa paremman hinnoittelun
Pitää keskittyä	Sisältö ja kuvat	Kokonaisvaltaisesti
Vaativuus	Verrattain yksinkertainen	Monipuolinen osaaminen ehdotonta
Markkinointi	Tuotekohtaisesti haastavaa. Vain kauppapaikan sisällä	Monipuolista. Mahdollistaa erinäiset kampanjat.
Keskiosτος kauppiaille	Yleensä pienempi	Suurempi
Brändäys	Erittäin rajallista	Kaikki mahdollista
Tuotteistus	Yksi tuote riittää	Edellyttää usein valikoimaa

KAUPPAPAIKAT



YHTEENVETO



YHTEENVETO

1. **LOPETTAKAA JUMALAUTA SE SUUNNITTELU JA ALKAKAA TEKEMÄÄN!**
 - JOKA PÄIVÄ MENETÄTTE LIIKEVAIHTOA ULKOMAISALLE TOIMIJALLE



YHTEENVETO

1. **LOPETTAKAA JUMALAUTA SE SUUNNITTELU JA ALKAKAA TEKEMÄÄN!**
 - JOKA PÄIVÄ MENETÄTTE LIIKEVAIHTOA ULKOMAISELLE TOIMIJALLE
2. **INNOSTUKAA IDEOISTA JA ALKAKAA ROHKEASTI TEHDÄ NIITÄ**
 - JOS EPÄONNISTUTTE – KOKEILKAA JOTAIN MUUTA



YHTEENVETO

- 1. LOPETTAKAA JUMALAUTA SE SUUNNITTELU JA ALKAKAA TEKEMÄÄN!**
 - JOKA PÄIVÄ MENETÄTTE LIIKEVAIHTOA ULKOMAISELLE TOIMIJALLE
- 2. INNOSTUKAA IDEOISTA JA ALKAKAA ROHKEASTI TEHDÄ NIITÄ**
 - JOS EPÄONNISTUTTE – KOKEILKAA JOTAIN UUDESTAAN
- 3. HANKKIKAA TIETOA JA LUKEKAA**
 - GOOGLE ON MAAILMAN PARAS OPPIMISPAIKKA!



YHTEENVETO

**NO ASENTAKAA EDES GOOGLE ANALYTICS NIIN TIEDÄTTE MISTÄ
ASIAKKAANNE TULEVAT JA MITÄ TEKEVÄT**



Väinö Kaalikoski
SB Ecommerce Group Oy

044 5088 112
vk@ptg.fi

KIITOS

Työnhakijoille tiedoksi:

Haemme kokoajan uusia työntekijöitä.
Tällä hetkellä työpaikkoja on auki
verkkokauppavastaavaksi Puolan ja Norjan
kauppoihimme.

Laita minulle sähköpostia, mikäli työ
verkkokaupoissa kiinnostaa!