

# CIMACUU

*Marketing Solutions*

Puh. 044-0122 296 • info@cimacuu.net • www.cimacuu.net

## Itellan palvelukokonaisuus aloittavalle verkkokauppiaille



<b>1. Miksi verkkokauppa?</b>	<b>3</b>
<b>2. Mitä kuluttajat haluavat verkkokaupasta?</b>	<b>4</b>
2.1 Helposti toimiva verkkokauppa on kuluttajalle tärkeää	4
2.2 Kuluttaja etsii verkkokaupasta myös elämyksiä	4
<b>3. Kuinka saan tuotteet myyntiin Internetiin?</b>	<b>5</b>
Itellan verkkokaupan kumppaneita	5
<b>4. Mitä maksutapoja tulisi tarjota?</b>	<b>6</b>
4.1 Pankkien ja rahoituslaitosten verkkomaksut	6
4.2 Postiennakko	6
4.3 Lasku	6
<b>5. Miten varastoin tuotteet?</b>	<b>7</b>
<b>6. Kuinka toimitan tuotteet?</b>	<b>7</b>
6.1 Kuljetusten hinnoittelu verkkokaupassa	7
6.2 Lähettäminen kirjeenä	8
6.3 Lähettäminen pakettina	8
6.4 Toimitukset ulkomaille	9
<b>7. Kuinka hoidan palautukset?</b>	<b>10</b>
7.1 Asiakaspalautussopimus	10
<b>8. Kuinka varmistan, että kaupassani riittää asiakkaita?</b>	<b>11</b>
8.1 Varmista että moni näkee viestisi	11
8.2 Päivän posti käydään läpi	11
8.3 Mainonnan mittarit	11
8.4 Itella Asiakkuusmarkkinointi auttaa	12
8.5 29 suoramarkkinoinnin valmistuotetta	12
8.6 Kolme helppokäyttöistä verkkopalvelua	12
<b>9. Mitä verkkokaupan perustaminen maksaa?</b>	<b>13</b>
Esimerkki: Kivijalkaliikkeen yksityisyrittäjä	13
<b>10. Lisätietoja</b>	<b>14</b>
<b>Kauppapaikan perustajan muistilista</b>	<b>15</b>

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 markkinointipalvelut, tilausten käsittely, varastointi, kuljetukset ja palautusten käsittely. Sähköisen kauppapaikan kuluttajakauppaan saa Itellan kumppanilta. 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. Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan viimeisen kolmen kuukauden aikana 33 prosenttia suomalaisista oli tehnyt hankintoja verkkokaupoista. *(Tilastotietojen ajankohta: kevät 2008)*. Suomalaiset ovat tottuneita postimyynnin käyttäjiä ja siksi verkkokauppaan suuntautuminen on kuluttajalle helppoa. Verkkokauppa tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia asiakkaan palvelemiseksi. Tutkimusten mukaan verkkokauppa tukee hyvin tavallisen liikkeen myyntiä, sillä 46 % Internet-ostajista ostaa tuotteita myös kyseisen kaupan myymälöistä ja molemmista kanavista ostavat ovat suurimpia kuluttajia. Pelko hintojen laskemisesta verkkokaupan avaamisen yhteydessä on useimmiten aiheeton. Edullinen hinta on merkittävimpiä ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä myyntikanavasta riippumatta, mutta verkkokaupassa erottuu asiakkaan kokeilunhalu ja ajatus kestävästä kehityksestä.

---

## 2. Mitä kuluttajat haluavat verkkokaupasta?

Kuluttajien odotukset hyvästä verkkokaupasta ovat realistisia. Asiakas odottaa verkkokaupalta tuotteiden saatavuutta, hyvää hinta/laatusuhdetta, palvelun selkeyttä ja helppokäyttöisyyttä sekä hyvää teknistä toimivuutta. 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 Helposti toimiva verkkokauppa on kuluttajalle tärkeää

Itellan kuluttajatutkimusten mukaan ostamisen helppous tärkein tekijä verkko-ostamisessa. Selkeä perustoiminnallisuus lisää luottamusta ja säästää kuluttajan aikaa. Tärkeää on arjen helpottaminen: ostaminen kotoa rauhassa tai töiden ohessa nopeasti. Tilauksen selkeys, kokonaishinta, toimitus- ja kuljetusvarmuus, maksamisen helppous, palautusten toimivuus sekä henkilökohtaiseksi koettu asiakaspalvelu koetaan tärkeiksi. Myytävistä tuotteista tulee olla riittävä kuvaus. Ohessa kuluttajien esiin tuomia asioita Itellan kuluttajatutkimusten 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 halvemmalla
- hyvä hinta/laatusuhde
- luotettavuuden takaaminen
- maksamistapojen luotettavuus
- toimitusten luotettavuus

### 2.2 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](http://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**

#### **Gagar Oy**

Takojankatu 13  
33540 Tampere

Puh: 020 743 1919  
s-posti: [info@gagar.fi](mailto:info@gagar.fi)  
web: [www.gagar.fi](http://www.gagar.fi)

#### **Smilehouse Oy**

Itälahdenkatu 22 A  
00210 Helsinki

Puh. (09) 251 22 10  
s-posti: [info@smilehouse.com](mailto:info@smilehouse.com)  
web: [www.smilehouse.fi](http://www.smilehouse.fi)



*Marketing Solutions*

Puh. 044-0122 296 • [info@cimacuu.net](mailto:info@cimacuu.net) • [www.cimacuu.net](http://www.cimacuu.net)

---

## 4. Mitä maksutapoja tulisi tarjota?

Suomessa käytettyjä verkkokaupan maksutapoja ovat: postiennakko, lasku, pankkien verkkomaksut sekä Luottokunnan luottokortit. Verkkokaupan perustamisen yhteydessä tulee 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 ja rahoituslaitosten verkkomaksut**

Pankkien ja rahoituslaitosten verkkomaksut ovat 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. Pankkien lisäksi on yrityksiä, jotka tarjoavat palveluna pankkien verkkomaksuja keskitetysti. Verkkomaksuja tarjoavat yritykset perivät palvelusta avausmaksun, kuukausimaksun sekä maksun jokaisesta ostoksesta. Tällä hetkellä verkkomaksuja tarjoavat mm . seuraavat yritykset:

- |   |                       |
|---|-----------------------|
| • Aktia, Säästöpankit ja Paikallisosuuspankit | • Tapiola             |
| • Handelsbanken                               | • Ålandsbanken        |
| • Nordea                                      | • Luottokunta         |
| • Osuuspankit                                 | • Suomen Verkkomaksut |
| • Sampo                                       |                       |

### **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. 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. Miten varastoin tuotteet?

Jokaisen verkkokaupan ydin on toimiva varasto. Ulkoistettu varasto on usein paras ratkaisu, jos verkkokaupan avaaminen aiheuttaa lisätilan hankintaa. Varasto on mielekästä pitää omissa liike-tiloissa, jos samaa tavaraa myydään myös noutomyymälässä. Myös vanhojen toimitusprosessien soveltuvuutta verkkokaupankäyntiin on syytä tarkastella varastoratkaisua miettiessä.

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

Itellan palvelu sisältää tavarantoiminnan lämpimissä tiloissa, tavarantoimituksen ja hyllyttämisen, keräilyn, paketoinnin ja lähettämisen. Palveluvarasto sopii yrityksen kaikkien varastointitarpeeseen lähetettävän tavarantoiminnan koosta riippumatta ja oli toimitusosoitteena sitten yritys tai yksityinen kuluttaja.

Palveluvarasto tuo joustavuutta yrityksen toimintaan. Palvelun veloitus perustuu vain todelliseen käytössä olevaan tilaan ja työsuoritusten määrään. Yrityksen ei tarvitse investoida ohjelmistoihin, tilaan ja kalustoon, pakkausmateriaaleihin eikä henkilöstöön. Lisäksi yrityksen ei tarvitse miettiä henkilöresursointia loma- ja sesonkiaikoina. Volyymien kasvaessa Itella huolehtii tarvittavasta lisäresursoinnista.

Oli käytössä oma tai ulkoistettu varasto, Itella voi tarjota myös varaston täydennyksiin tarvittavan rahtikuljetuksen.

### **NYRKKISÄÄNTÖJÄ:**

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



---

## 6. Kuinka toimitan tuotteet?

Itella tarjoaa eri toimitusvaihtoehtoja verkkokauppaan varten. Pienille alle 3 cm paksuille ja alle 2 kg painaville lähetyksille soveltuvat useimmiten kirjepalvelut. Isommat lähetykset toimitetaan edullisimmin pakettipalveluilla. Sopimusasiakkaat voivat käyttää Itellan noutopalvelua myös lähtevien toimitusten noutamiseen yrityksestä.

### **6.1 Kuljetusten hinnoittelu verkkokaupassa**

Verkkokaupan kuljetusten hinnoittelulla on merkittävä vaikutus kuluttajan ostokäyttäytymiseen. Ostos jää tekemättä usein siinä vaiheessa, kun ostoskorissa näytetään toimituskulut. Toimituksen ei tarvitse olla kuitenkaan ilmainen, sillä harva ostaja etsii tuotteita vain ilmaisen kuljetuksen tar-

joavista verkkokaupoista. Lähetysmuoto kannattaa valita paketin koon ja painon mukaan, jolloin varmistetaan edullisin mahdollinen toimitus.

### VERKKOKAUPOISSA USEIN KÄYTETTYJÄ TOIMITUKSEN HINNOITTELUMALLEJA OVAT:

- *Kiinteä toimitushinta tilauksen arvosta ja tuotemääristä riippumatta*
- *Tilauksen kokonaisarvon mukaan laskeva kuljetushinta*
- *Toimituksen kokonaispainon mukaan laskettu hinta*
- *Ei toimitusmaksua*



## 6.2 Lähettäminen kirjeenä

Kirjeenä voidaan lähettää postiluukusta mahtuvat alle 30 mm paksut ja 2 kg painavat lähetykset. Kirje soveltuu pieniarvoiselle tavaralle ja sen etuna on nopea toimitus suoraan asiakkaan posti-osoitteeseen.

Kirjelähetykset voidaan maksaa käteisellä etukäteen, maksaa postimaksukoneella tai laskuttaa sopimusasiakkailta. Soveltuvien maksutapa riippuu usein lähetysten määrästä – laskutus sopimus Itellan kanssa tulee edullisimmaksi jos lähetysmäärät ovat suurempia tai yritys käyttää myös esimerkiksi Itellan paketti- tai varastopalveluita.

Priority ja 1. luokan kirjeet toimitetaan vastaanottajille pääsääntöisesti postitusta seuraavana työpäivänä. Economy ja 2. luokan kirjeet ovat edullisempia. Ne toimitetaan kolmantena työpäivänä postituksesta.

Priority ja Economy luokan kirjeen hinnan voi laskea kaavalla.

$$\text{kirjeen hinta} = \text{perushinta (€/kpl)} + \text{paino (kg)} \times \text{kilohinta (€/kg)} + \text{lisäpalvelut (€)}$$

Voimassa olevat hinnat voi tarkastaa Itellan nettisivuilta ([www.itella.fi/hinnatjaohjeet](http://www.itella.fi/hinnatjaohjeet)).

Kirjeeseen voidaan liittää postiennakko ja maksikoko lisäpalveluina. Vastaanottaja noutaa aina postiennakon sisältävät kirjeet Postin toimipisteestä. Vastaanottaja noutaa myös maksikokoisen kirjeen postista, jos kirjettä ei pystytä jakamaan suoraan postiosoitteeseen.

## 6.3 Lähettäminen pakettina

Pakettien lähettäminen on helppoa käyttämällä Itellan kumppanin tarjoamaa verkkokaupan ohjelmistoa, johon Itellan osoitekorttien tulostusohjelmisto Prinetti on valmiiksi integroituna. 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](http://www.prinetti.fi). Ohjelmiston käyttäminen on ilmaista, mutta yrityksen on solmittava sopimus Itellan kanssa. Myös Prinetti-ohjelmistoon tarvittavat osoitekortit saa Itellasta ilmaiseksi osana palvelua.

Prinetti ohjelman avulla voi tulostaa kaikki pakettipalveluiden osoitekortit niin kotimaan kuin kansainvälisiin lähetyksiin. Erityisesti *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) ovat kuluttajille hyvin soveltuvia toimitustapoja. Nopeisiin toimituksiin sopii *Postin Express* (Keltainen Kuljetus 14, joka kuljetetaan 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 kauppiaalle palautuvien toimitusten määrää. Kotiinkuljetukseen voidaan liittää myös muita lisäpalveluita, kuten postiennakon maksaminen kotiovella, asennus- ja liitäntäpalvelut sekä vanhojen tuotteiden kierrätyspalvelut ja pakkausmateriaalien poisvienti.

Paketin hinnoittelu perustuu kappaleisiin ja lähetyksen mitattuun painoon tai tilavuuteen riippuen siitä, kumpi on suurempi. Tilavuuden perusteella saatava paino voidaan laskea seuraavasti:

$$paino = pituus (m) \times leveys (m) \times korkeus (m) \times 250$$

Lähetyksen hintaan vaikuttavat myös käytetyt lisäpalvelut, kuten postiennako tai erilliskäsittely herkästi särkyville tavaroille. Hintoihin lisätään kulloinkin voimassa oleva polttoainelisa, jonka voi tarkastaa Itellan nettisivuilta ([www.itella.fi/polttoainelisa](http://www.itella.fi/polttoainelisa)). Paketin arvonlisäverottoman hinnan voi laskea kaavalla:

$$hinta = [paino (kg) \times kilohinta (\text{€}/kg) + palvelun perushinta (\text{€}/lähetyks)] \times \left[ \frac{1 + \text{polttoainelisa} (\%)}{100} \right] + \text{lisäpalvelut} (\text{€})$$

Voimassa olevat hinnat voi tarkastaa Itellan nettisivuilta ([www.itella.fi/hinnatjaohjeet](http://www.itella.fi/hinnatjaohjeet)).

Itellan Internet-sivulta voi ladata verkkokaupan toimitustapoja kuvaavat tekstit ja Postilogot

#### **Nouto Postista**

Lähetyksen nouto vastaanottajan lähimmästä Postin noutopisteestä.

#### **Postin Kotiinkuljetus**

Posti sopii vastaanottajan kanssa toimitusajankohdan klo 9.00-21.00 välillä.

#### **Postin Express**

Postin Express toimitetaan työpaikalle tai kotiin arkisin klo 14.00 mennessä.



## **6.4 Toimitukset ulkomaille**

Tarjoamalla toimitukset ulkomaille verkkokauppias avaa kaupan myös suuremmille markkinoille. Kansainvälisessä liiketoiminnassa täytyy ottaa huomioon erilainen säädäntö viennin, verotuksen ja kuluttajansuojan suhteen. Kaupankäynti EU alueen sisällä on vaivattominta. EU alueella kauppias yleensä veloittaa ostoksista arvonlisäveron normaalin kotimaisen käytännön mukaan ja vastaanottajan ei tarvitse maksaa tullia Suomesta ostetuista tuotteista. Mikäli myynti yksityishenkilöille johonkin EU-alueella sijaitsevaan maahan ylittää viranomaisten ilmoittaman kynnyksen, yrityksen tulee hakeutua verovelvolliseksi kyseiseen maahan. Verohallinnon ([www.vero.fi](http://www.vero.fi)) sivulta löytyy ajantasainen tieto verotuskäytännöistä koskien *kaukomyyntiä*, jota verkossa tapahtuva kansainvälinen kaupankäynti on.

EU alueen ulkopuolissa toimituksissa täytyy ottaa huomioon erityisesti vaatimukset toimitukseen liitettävistä asiakirjoista sekä huomioida määränpäämaan mahdolliset rajoitukset kansainvälisille toimituksille. Itellan ([www.itella.fi](http://www.itella.fi)) ja Tullin ([www.tulli.fi](http://www.tulli.fi)) sivuilta löytyy paljon lisätietoa vientiin ja vientiasiakirjoihin liittyen.

Itellan kansainvälisistä kuljetuspalveluista voi tarjota verkkokaupan asiakkaille sopivimman kansainvälisen kuljetuksen sen mukaan, kuinka nopeasti asiakas haluaa lähetyksen perille. Kun aikaa on enemmän, kulkee lähetys edullisemmin.

Peruspalvelut Priority ja Economy ovat hyviä vaihtoehtoja kun haluat lähetyksesi edullisesti perille mihin tahansa maailman kolkkaan. Nämä palvelut sopivat käyttöösi alle 30 kg paketeille silloin, kun lähetyksesi ei ole kiireellinen, mutta haluat toimittaa sen perille edullisesti ja varmasti minne tahansa maailmassa. Priority on nopea pakettipalvelu ja se vie monissa maissa suoraan vastaanottajalle. Economy on hitaampi peruspalvelu kaikkiin maihin. Se toimitetaan vastaanottajan lähipostiin ja vastaanottajalle ilmoitetaan lähetyksen saapumisesta.

EMS-palvelu sopii kiireisille ulkomaanlähetyksillesi. EU:n alueella lähetyksesi on perillä 1–3 työpäivässä, EU alueen ulkopuolella 2–8 työpäivässä.

Osoitekorttien tulostusohjelma Prinetti ja siinä käytössä olevat A5-lomakkeet soveltuvat myös kansainvälisiin lähetyksiin.

## 7. 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 myös laittaa toimitukseen mukaan. Samalla lomakkeella voi motivoida asiakkaita antamaan palautetta palautuksen syistä.

### 7.1 Asiakaspalautussopimus

Itellan asiakaspalautussopimus mahdollistaa lähetyksen palauttamisen alkuperäisen lähettäjän laskuun joustavasti ja vaivattomasti. Palauttaja voi jättää lähetyksen kuljetettavaksi takaisin lähettäjälle jättämällä kirjeen kirjelaatikkoon tai tuomalla paketin postiin. Sopimuksen tehneeltä yritykseltä laskutetaan asiakaspalautuslähetyksen postimaksut erilliseen sopimukseen perustuen. Palautuneet 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.*
- *Palautusten/noutamattomien tilausten määrä laskee käytettäessä Itellan kotiinkuljetusta.*



---

## 8. Kuinka varmistan, että kaupassani riittää asiakkaita?

Tyytyväiset asiakkaat ovat tunnetusti paras ja tehokkain mainos. Internet on nykyisin vaikuttava media kuluttaja-asiakkaan päätöksenteossa. Verkossa risut ja ruusut leviävät nopeasti. Varmista aivan aluksi, ettet perusta kauppaa olemattomille asiakkaille. Keskustele jo ennen kaupan perustamista mahdollisimman monen potentiaalisen asiakkaan kanssa miksi hän ostaisi verkkokaupasta ja millä ehdoilla? Kysy mitkä asiat ovat hänelle tärkeitä ja selvitä, mitkä asiat vaikuttavat ostopäätökseen. Suunnittele toiminta sitten näitä tietoja hyödyntäen.

Verkkokauppaa perustettaessa asiakkaita ei yleensä vielä ole. Siksi kohderyhmien tunnistaminen, löytäminen ja tavoittaminen on tärkeää, jotta liiketoiminta verkossa alkaisi menestyksellä. Kun asiakkaita on saatu, on tärkeää pitää yhteyttä heihin säännöllisellä markkinointiviestinnällä ja myydä lisää, jotta liiketoiminta kasvaisi suunnitellusti.

Kuluttajat löytävät verkkokauppiasi vain, kun kerrot siitä heille. Pelkkä uuden kaupan avaaminen internetiin ei enää riitä kun asiakkailla on valtavasti valinnanvaraa. Aloittavalle verkkokaupalle tehokkaimmat välineet ovat kohdennettu suoramarkkinointi ja hakukonemarkkinointi. Myös bannerimainonta ja lehti-ilmoittelu tukevat asiakashankintaasi.

Suoramainonnan etuja ovat tehokas vaikuttaminen ostopäätöksiin ja tulosten mitattavuus.

### 8.1 Varmista, että moni näkee viestisi

Suoramarkkinointi saavuttaa vastaanottajan, sillä 90 % suomalaisista sallii osoitteettomankin suorapostituksen jakamisen kotiin. Mainostulva ja mediahäly ovat kaukana keittiön pöydästä, jonka ääressä lajitellaan päivän posti. Viikossa kuluttaja kohtaa keskimäärin satoja tv-, sanomalehti- ja aikakauslehtimainoksia, mutta osoitteellisen suoran saldoksi kertyy vain kaksi ja osoitteettomankin kymmenen. Siksi suoramainonta myös huomataan ja muistetaan.

Tärkeintä on, että juuri sinun tuotteillesi ja palveluillesi oikea henkilö näkee viestisi. Mainonnan muistamiseen liittynyt tutkimus osoittaa (*Mainonnan spontaani muistaminen, Kuulas Millward-Brown 2008*), että mainonnan mieleen jäävyys jää heikoksi, jos ostamisen mahdollisuus ei edes käy mielessä. Samainen tutkimus osoitti, että tutkimusajankohtana Suomen muistetuin mainoskampanja oli useinkin viikon aikana osoitteeton suora.

### 8.2 Päivän posti käydään läpi

Postin mukana tulevalle suoramainonnalla on oma aikansa ja paikkansa vastaanottajan päivärytmisissä. Useimmat suoramainonnan vastaanottajat käyvät kaiken mainospostin ainakin jollain tasolla läpi. Keskeinen viesti täytyy voida hahmottaa nopeasti ja helposti – vain kiinnostavat viestit pääsevät jatkotarkasteluun.

Suoramainonta aktivoi pinnan alla kyteviä hankkeita, antaa virikkeitä ja ideoita ostoksiin, viihdyttää ja palvelee kuluttajaa: auttaa uutuuksien seurannassa, hintojen seuraamisessa ja tarjousten hyödyntämisessä sekä antaa vinkkejä, auttaa tuotteiden ja ostopaikan valinnassa. Tärkeintä on osua vastaanottajan tarpeeseen ja tarjota tälle jotain hyötyä. Jos asia kiinnostaa, lähestymistavalla tai formaatilla ei ole niin väliä. Osuvasta kohdistamisesta syntyy aito henkilökohtaisuus ja puhuttelevuus. (*IRO Research: Suoramainonnan elementtien toimivuus, Kvalitatiivinen tutkimus 2008*)

### 8.3 Mainonnan mittarit

Jokaisesta postituksesta voit saada mitattavan tuloksen. Mittareita on erilaisia. Taloudelliset mittarit kertovat panoksista, tuloksista, toiminnan tehokkuudesta ja toiminnan jatkoedellytyksistä. Markkinoinnilliset mittarit paljastavat markkina-aseman, markkinaosuuden, imagon, tunnettuu-

den ja asiakastyytyväisyyden. Toiminnalliset mittarit puolestaan kertovat saadut uudet asiakkaat, keskioston muutoksen, myynnin kontaktit, jakelun tehomuutokset, saadun palautteen määrän ja saadun palautteen huomioimisen. Kysy Itellasta lisää mittareista ja tutkimuksista.

#### 8.4 Itella Asiakkuusmarkkinointi auttaa

Itella Asiakkuusmarkkinointi tarjoaa käyttöösi markkinoiden johtavat välineet asiakkuuksien hankkimiseen ja hoitamiseen. Ratkaisut ulottuvat uusasiakashankinnan kohderyhmistä kirje- ja sähköpostikampanjoiden kautta asiakasanalytiikkaan, kuten profilointiin ja segmentointiin.

Viestitpä sitten paperilla tai sähköpostilla, helpotamme markkinointiasi valmistuotteilla, verkkopalveluilla ja suunnittelupohjilla. Näin voit keskittyä tärkeimpään eli siihen, mitä haluat vastaanottajalle sanoa. Pääset liikkeelle nopeasti ja ilman alkuinvestointeja. Esimerkiksi kohderyhmien ostopalvelun aTargetin ja kirje/korttikampanjoiden tuottamistyökalun eKortin saat käyttöösi suoraan internetistä ilman käyttöönottomaksuja.

#### 8.5 29 suoramarkkinoinnin valmistuotetta

Kampanjoiden suunnitteluun ja toteutukseen voit ottaa avuksesi Suora-oppaan: käytössäsi on 29 erilaisiin tarpeisiin sopivaa valmista suoran tuotetta. Niiden rakenne on suunniteltu valmiiksi, joten sinä voit keskittyä varsinaiseen sisältöön, siihen mitä haluat vastaanottajalle sanoa. Tuotteet helpottavat, nopeuttavat ja tehostavat markkinointiasi toteutusta. Tilaa opas osoitteesta: [www.suoraopas.fi](http://www.suoraopas.fi)

#### 8.6 Kolme helppokäyttöistä verkkopalvelua

Itella eKortti-palvelussa luot ja lähetät kortti- ja kirjekampanjoita. Markkinoit ja hoidat asiakassuhteita vaivattomasti, olipa vastaanottajia yksi tai tuhansia. Rekisteröityminen palveluun on ilmaista eikä siinä ole kuukausimaksua – maksat vain lähetetyistä viesteistä. Nelivärinen digipainettu viesti on nopeimmillaan vastaanottajalla 24 tunnissa tilauksesta.

Itella DMmessage ja DMdirect ovat palveluita, joiden avulla suunnittelet, hallinnoit ja lähetät yksilöllisiä personoituja ja yritysilmeesi mukaisia viestejä internetin kautta. Lähetä personoituja tarjouksia, kutsuja, uutiskirjeitä, tiedotteita ja esitteitä joko painettuna tai sähköpostitse.

Lisätietoa asiakkuusmarkkinoinnin palveluista osoitteessa [www.itella.fi/asiakkuusmarkkinointi](http://www.itella.fi/asiakkuusmarkkinointi).

#### **NYRKKISÄÄNNÖT:**

- *Uuteen verkkokauppaan ei tule asiakkaita ilman markkinointia; uusia asiakkaita hankit tehokkaasti suoramarkkinoinnilla.*
- *Mitä tarkemmin kaupan tarjonta ja palvelumalli on suunnattu tietyille kohderyhmille, sitä tehokkaampaa on kaupan markkinointi. Tunnista ja etsi juuri sinulle sopivimmat kohderyhmät.*
- *Asiakkailta kannattaa kerätä verkkokaupassa riittävät tiedot lisämarkkinointia varten; nimi, osoite, matkapuhelin, sähköpostiosoite, lupa suoramarkkinointiin sekä mahdollisesti asiakkaan kiinnostuksen kohteita tuotevalikoimissasi.*
- *Asiakkaista tulee pitää huolta viestimällä heille aktiivisesti uusista tuotteista ja tarjouksista.*
- *Iso (yli 10 000 asiakasta) asiakaskanta kannattaa aina analysoida, profiloida ja segmentoida, jotta jatkamarkkinointi olisi mahdollisimman kustannustehokasta.*



---

## 9. 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 yksityisyrittäjä**

Matti on yksityisyrittäjä ja hän myy tuotteitaan omissa 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 60 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 pakettien kuljetuspalveluista ja noudosta oman yrityksen osoitteesta 3 kertaa viikossa. Osana kuljetuspalveluita Matti saa ilmaiseksi käyttöönsä Prinetti- sovelluksen osoitekorttien tulostamiseksi ja siihen tarvittavan tulostusmateriaalin.

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 280 euroa kuukaudessa. Markkinointia hän tekee joustavasti kuukausittain käytettävissä olevien varojen mukaan.

## 10. Lisätietoja

Lisätietoa palveluistamme saat Itellan asiakaspalvelusta:

**Puh. 0200 – 77 000**

Lue myös lisää Internetistä:

**[www.itella.fi/verkkokauppa](http://www.itella.fi/verkkokauppa)**



Puh. 044-0122 296 • [info@cimacuu.net](mailto:info@cimacuu.net) • [www.cimacuu.net](http://www.cimacuu.net)

---

# Kauppapaikan perustajan muistilista

Menestyvän verkkokaupan edellytyksenä on suunnitelmallisuus, joka perustuu liiketoimintavoitteiden asettamiseen. Verkkokauppaa suunniteltaessa 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 liitännät varastonhallintaan

### Maksutavat

- Rahoituslaitosten verkkomaksut (Nordea, Osuuspankki, Sampo, Aktia/Säästöpankit/PoP, Tapiola, Ålandsbanken, Suomen Verkkomaksut)
- 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](http://www.prinetti.fi))

### Kuljetukset varastosta postiin

- Itella noutaa säännöllisesti
- Itella noutaa saatuaan noutotilauksen
- Kauppias vie postiin

### Toimitusvaihtoehdot verkkokaupan asiakkaalle

- Kirje, joka mahtuu postilaatikkoon eikä sisällä kuljetusten seurantaa
- Maksikirje, suurikokoisille enintään 2 kg kirjelähetyksille
- Nouto postista (Keltainen Kuljetus 16, tekstiviestitiedote lisäpalveluna)
- Kuljetus kotiin (Keltainen Kuljetus 21, tarvitsee asiakkaan puhelinnumeron)
- Express (Keltainen Kuljetus 14, toimitus työpaikalle tai kotiin arkisin klo 14.00 mennessä)
- Toimitukset ulkomaille

### Verkkokaupan markkinointi potentiaalisille asiakkaille

(katso [www.itella.fi/asiakkuusmarkkinointi](http://www.itella.fi/asiakkuusmarkkinointi))

- Kuluttaja- ja yrityskohderyhmien suunnittelu ja osto (katso [www.atarget.fi](http://www.atarget.fi))
- Suora-opas suoramainonnan tekijälle [www.suoraopas.fi](http://www.suoraopas.fi)
- eKortti - aito postikortti ([www.ekortti.fi](http://www.ekortti.fi))
- Internet markkinointi (hakukoneet, bannerimainonta, blogi)
- Sähköpostimarkkinointi
- Muut mediat: lehdet, radio, tv

### Asiakaspalvelun yhteystiedot verkkokaupan asiakkaalle

- Sähköposti
- Puhelin
- Chat
- Faksi