VERKOSSA

Liian suuri osuus valuu ulkomaille. Kaupan keskusliikkeiden pitäisi investoida verkkokauppaan. **KONSULTTI HANNU LINDELL, REDERA OY**

Laajat tuotekuvaukset vähentävät asiakaspalautuksia

Perusteelliset tuotekuvaukset ovat verkkokaupan myyntivaltti. Lisäksi tarvitaan markkinointia ja asiakaspalvelua.

NIKO NYRHINEN

”Yritystä varten ei ole otettu ollenkaan velkaa. Varastoa kerrytettiin kolme vuotta tulorahoituksella”, kertoo Jukka Vainikainen.

OUTOKUMPU (MT)
Maitolaituri TV on outokumpulainen valokuvaus-, video- ja kaitafilmituotteita myyvä verkkokauppa, jonka liikeideana on myydä toimivia tuotteita ja palvella asiakkaita hyvin.

”Lupaamme vähemmän kuin mihin itse asiassa pystymme”, kuvailee omistaja **Jukka Vainikainen**.

Myytävät tuotteet on verkkokaupassa kuvailtu perinpohjaisesti. Muun muassa mitat on tarkistetty itse, pelkästään valmistajien ilmoittamiin mittoihin ei luoteta.

”Meidän tuotekuvauksia arvostetaan niin paljon, että niitä myös kopioidaan.”

Google on iso juttu

Myös internetin hakukone Google arvostaa uniikkeja tuotekuvauksia. Se listaa tällaiset tekstit hakutulosten kärkeen. Mitä enemmän tekstiä on lainattu, sen paremmin se sijoittuu hakutuloksissa, kertoo Vainikainen.

Maitolaituri TV käyttää Googlea myös mainontaan. Mainonta maksaa vuodessa noin 8 000 euroa.

Yritys perustettiin vuonna 2003, mutta markkinointiin laitettiin ensimmäisen kerran rahaa vasta vuonna 2006. Verkkokauppa tuli sitä ennen tunnetuksi lähinnä tuttujen kautta.

Vainikainen on muun muassa yksi digivideoyhdistyksen perustajajäsenistä, joten kontakteja löytyi.

Viime vuoden aikana aloitettiin tehokas jälkimarkkinointi. Asiakkaille lähtee automaattisesti sähköpostitse palautekysely ostotapahtumasta ja tuotteista. Jos edellisestä ostosta on pitkä aika, asiakas saa markkinointiviestin, kertoo Vainikainen.

Varo huijareita

Verkkokaupassa, kuten kaikessa muussakin kaupankäynnissä, on huijareita liikkeellä.

Tietoturvan pitää olla kunnossa ja tilauksia kannattaa tarkastella huolella, neuvoo Vainikainen.

Maitolaituri on onnistunut vain yksi luottokorttihuijaus. Luottotappioita on syntynyt muutenkin vähän.

”Vaikka huijausyrityksiä on ollut ja halpaan olisi helppo mennä.”

Vuoteen 2010 asti yrityksen liikevaihto kasvoi ja parhaimmillaan se oli yli miljoona euroa. Viime vuonna liikevaihto oli noin 700 000 euroa.

”Katteet tämän alan tuotteissa ovat todella pienet, noin 1–2 prosenttia. Tarvikkeissa tuotto on parempi kuin esimerkiksi kameroissa. Kamerat ovat meillä palvelutuotteita, emmekä kilpaile niissä hinnoilla.”

Valikoimaan kuuluu yli 3 000 erilaista tuotetta ja tarviketta. Eniten verkkokauppaostoksia maksetaan pankkien verkkopankkitunnuksilla. Toiseksi eniten käytetään posti- ja bussiennakkoa.

”Jokaisesta verkkopankkimaksusta maksamme pankeille provisiota ja esimerkiksi Luottokunnan provisiomaksu on vuodessa noin 2 000–3 000 euroa.”

Omista tarpeista

Vainikainen perusti yrityksen, koska halusi työn, jota voisi tehdä kotona.

Maitolaituri-nimellä haluttiin viestittää, että yritys on maalla, Outokummun Maljasalmen kylällä.

”Olin harrastanut kaikenlaista valo-, video- ja kaitafilmikuvausta 30 vuotta. Tilailin tarvikkeita Japanista ensin itselleni ja myöhemmin kavereille, kun niitä ei muualta saanut. Siitä ajatus verkkokaupasta lähti kehittymään”, kertoo Vainikainen.

Verkkokauppa on työllistänyt Vainikaisen jo kymmenen vuoden ajan.

”En aivan yllä 3 000 euron kuukausiansioihin.”

SARI PENTTINEN

Kamerat ovat meillä palvelutuotteita, emmekä kilpaile niissä hinnoilla.

JUKKA VAINIKAINEN

Verkko tasa-arvoistaa kaupankäynnin

Verkkokaupassa etäisyydet menettävät merkityksensä

Verkkokauppa hyödyttää maaseutua, sillä se demokratisoi niin tuotteiden ja palveluiden saatavuuden kuin mahdollisuudet harjoittaa liiketoimintaa, sanoo konsultti **Hannu Lindell** Redera Oy:sta.

Etäisyyksillä ei ole merkitystä – verkon kautta kaikki on kaikkien saatavilla. Vastaavasti yrittäminen onnistuu verkkokauppiaana syrjemmässäkin, kunhan tie- ja verkkoyhteydet pelaavat.

”Vaikka kohderyhmä on kaukana, sillä ei ole enää niin merkitystä”, Lindell toteaa.

Puolet ulkomailta

Viime vuonna verkkokauppojen liikevaihto oli Suomessa noin 10 miljardia euroa. Runsas puolet ostoksista tehtiin kotimaisissa kaupoissa.

Lindell on huolestunut kotimaisten pärjäämisestä.

”Liian suuri osuus valuu ulkomaille. Kaupan keskusliikkeiden pitäisi investoida verkkokauppaan.”

Tätä nykyä Suomessa pyöritetään noin 5 000 verkkokauppaa, joista suurin osa on pieniä, harrastusasteella.

Lindell uskoo kaupan keskittyvän vielä verkossakin, sillä kilpailukyky verkkokaupassa on ”suurten lukujen peliä”.

Monet menestyneimmistä verkkokaupoista ovat entisiä postimyyntiyrityksiä. Myös kaupan keskusliikkeet pärjäisivät hyvin, niillä kun on oma, tehokas logistiikka valmiina.

Voimakasta kasvua

Rederan tutkimuksen mukaan verkkokaupassa asiointi on jo arkipäiväistynyt. Tunnesiteet eivät pidättele kuluttajia kivijalkaliikkeissä, asia on jopa päinvastoin. Moni kiintyy verkkokauppaansa.

Suomessa verkkokauppa elää voimakasta kasvun aikaa. Viime vuonna myynti kasvoi 15 prosenttia.

Markkinaosuudet jaetaan lähivuosina ja nyt on ”yhdestoista hetki” perustaa verkkokauppa, Lindell uskoo.

Kasvusta korjaavat potin yritykset, jotka ymmärtävät missä raha liikkuu: yli 50-vuotiaita on yhä enemmän ja he ovat varoissaan.

”Nuoria on vähemmän eikä heillä ole fyrkkaa. Yli 50-vuotiaat eivät kuluta vain itselleen. Lahjoja ostetaan jopa neljälle sukupolvelle: lapsille, lapsenlapsille ja omille vanhemmille.”

Miehetkin ”shoppaavat”

Yli 50-vuotiaat ovat tutkimuksen mukaan uskollisimpia asiakkaita verkkokaupoilleen. Kun yksi hyvä on löytynyt, sieltä ostetaan aina uudelleen. Nuoret hakevat enemmän vaihtelua.

Huomionarvoista on verkkokaupan tasa-arvoisuus. Verkko saa nimittäin miehetkin shoppaamaan, eli molemmat sukupuolet tekevät heräteostoksia yhtä innokkaasti. Fyysisissä myymälöissä naiset tekevät heräteostoksia miehiä enemmän.

Pitkien etäisyyksien luulisi kannustavan maaseudun asukkaita erityisen innokkaiksi verkko-ostajiksi, mutta näin ei välttämättä ole.

”Postimyyntitutkimuksista tiedetään, että kaupunkilaiset ovat suurempia käyttäjiä kuin maalaiset. Uskon, että verkkokaupassa on samoin”, Lindell sanoo.

Tämä johtuu siitä, että uudesta teknologiasta innostuvat varhaiset omaksujat asuvat lähinnä kaupungeissa.

HENRIK SCHÄFER

Verkkokaupan tietoturva ei vakuuta kaikkia

OUTOKUMPU (MT)
Iso osa Outokummun asiamiespostin asiakkaista ojentaa Valintatalon kassa-myyjä **Tanja Keroselle** kännykkänsä. He noutavat pakettinsa tekstiviestiilmoitusta vastaan paperisen kuitin sijaan.

”Pakettien mainosten perusteella verkkokaupan kautta ostettuja tuotteita on liikkeellä entistä enemmän. Muun muassa kirjoja, vaatteita ja sisustustuotteita noudetaan paljon”, arvioi Keronen.

Outokumpulainen **Seppo Eronen** ei ole ostanut, eikä aio ostaa verkkokaupan kautta tavaraa. Postista hän oli noutamassa kirjakerhon pakettia. ”Minua epäilyttää maksamiseen liittyvän tietoturvan luotettavuus. Maksan ostokseni mieluummin käteisellä.”

Aimo Lindqvist kävi hakemassa postista verkkokauppaapteekin tuotteita. ”Tilauksen tein hieman sattumalta. Paketti oli minulla tilauksesta kolmen vuorokauden kuluessa.”

SARI PENTTINEN

Seppo Eronen suhtautuu epäilevästi tietoturvaan, eikä aio asioida verkkokaupassa jatkossakaan.

Outokummun asiamiespostin asiakaspalvelija Terttu Laukkanen etsii päivittäin useiden pakettien hyllytietoja.

Ennuste: Mobiilidata kymmenkertaistuu 5 vuodessa

Älypuhelinten ja taulutietokoneiden eli tablettien yleistyminen kasvattaa maailman langattoman tietoliikenteen määrää huimasti, ennustaa Ericsson.

Raportissaan yhtiö arvioi datamäärän kymmenkertaistuvan vuoteen 2016 mennessä. Mobiililaajakaistan liittymät lisääntyisivät nykyisestä 900 miljoonasta lähes viiteen miljardiin.

Internetin käyttö kaikenlaisilla laitteilla on pääsyynä mobiilidataliikenteen kasvuun. Varsinkin videoiden katselu verkossa vaatii runsaasti kapasiteettia.

GSM alkaa väistyä

Muusta toiminnasta kuin puheluista aiheutuva liikenne kasvoi äänipuhelujen tuottamaa dataa suuremmaksi muutama vuosi sitten. Kännykkään puhuminenkin yleistyy jatkuvasti kehittyvissä maissa.

Älypuhelinten yleistyminen kehittyneissä maissa johtanee GSM-liittymien kokonaismäärän laskuun lähivuosina.

Langaton viestintä kulkee käsi kädessä kaupungistumisen kanssa, sillä verkkoja rakennetaan ensisijaisesti kaupunkeihin. Ericsson arvioi, että 60 prosenttia kaikesta mobiililiikenteestä tuotetaan alle yhdellä prosentilla maapallon maapinta-alasta.

MT

VERKOSTA LYHYESTI

iPhone ei kestä pakkasta

Applen älypuhelin iPhone 4S hyytyy jo -5 asteen pakkasessa, ilmenee MikroPC-lehden testissä. Valmistaja ilmoittaakin laitteen sallituksi käyttölämpötilaksi 0–35 astetta.

Älypuhelimista 30 asteen pakkasella toimivat useat Samsungin mallit ja Nokian C2-02.

35 asteesta alkaen yksikään kosketusnäytöllinen puhelin ei toimi kunnolla. Testatut peruspuhelimet toimivat 40 pakkasasteeseen saakka.

Kuluttajaviraston mielestä Suomessa myytävän laitteen pitää toimia tavallisissa olosuhteissa talvellakin.

Posti palvelee älypuhelimissa

Posti on uudistanut älypuhelinpalvelunsa.

Postin mobiilipalvelusta voi muun muassa etsiä tarvitsemansa postinumeron, tarkistaa lähimmän postin tai kirjelaatikon sijainnin ja seurata oman postilähetyksen kulkua.

Palvelun avulla voi selata myös NetPostiin saapuneita sähköisiä kirjeitä ja tehdä osoitteenmuutoksen.

Palvelua varten tarvittava maksuton sovellus löytyy Androidin ja Applen mobiilikaupoista posti-hakusanalla. Muita älypuhelinkäyttäjiä palvelee posti.mobi-sivusto.

Verkossa mainostettiin 221 miljoonalla eurolla

Viime vuonna verkkomainontaan käytettiin Suomessa 221 miljoonaa euroa, ilmenee TNS Gallupin tutkimuksesta.

Summa merkitsee vajaan 16 prosentin osuutta koko mediamainonnasta.

Siihen sisältyvät Facebook-mainoket, joihin käytettiin 4,6 miljoonaa euroa.

Verkkomainonta kasvoi edellisvuodesta 8,2 prosentilla, kun koko mediamainonnan kasvu oli 3,7 prosenttia.

Sanomalehtimainonnan markkinaosuus oli yli 40 prosenttia, television 20 prosenttia ja aikakauslehtien 11 prosenttia.