



Mietitkö verkkokaupan
perustamista?

- Onnistu asiantuntijoiden
täsmävinkeillä



Checkout



Alkusanat

Kirjoitimme oppaan, josta löytyy eväitä aloittavalle kauppiaalle niin yrittäjän ensiaskeliin kuin verkkokaupan pystyttämiseen. Halusimme jakaa kasan parhaita, kokemuksiin perustuvia vinkkejä, jotka auttavat sinua onnistumaan matkallasi verkkokaupiaaksi.

Haastattelimme neljää kovaa yrittämisen ammattilaista. Ajatuksiin kertovat OP Kevytyrittäjä -laskutuspalvelun Markus Sarja ja Anton Jussila sekä kestävän elämäntavan verkkokauppa Weecosin perustajat Hanna Lusila ja Anna Kurkela.

Toivotamme inspiroivia
ja antoisia lukuhetkiä!

Asiantuntijat



Anton Jussila
OP Kevytyrittäjä



Anna Kurkela
Weecos Oy



Hanna Lusila
Weecos Oy



Markus Sarja
OP Kevytyrittäjä

Sisällys

1. Oletko valmis maratoniin?
2. Verkkokaupan pystyttämisen vaiheita
3. Weecosin kokemuksia – parasta ja haastavinta
4. Matkan varrella kuunnellen, oppien ja kehittyen

1. Oletko valmis maratoniin?

Yrittäminen ja verkkokauppa – suositellaan pitkän matkan juoksijalle

Verkkokauppayrittämisen haasteet poikkeavat monella tapaa kivijalkaliikkeestä. Verkon valtavasta tarjonnasta erottautuminen, puhuttelevan asiakaskokemuksen luominen sekä luottamuksen ja uskollisuuden rakentaminen vaativat digitaalisessa ympäristössä toisenlaisia tekoja kuin kasvokkain kohdatessa.

Verkkokauppaa leimaa myös kivijalkaa voimakkaammin jatkuva muutos, jossa mukana pysyäksesi on välttämätöntä seurata niin kuluttajakäyttäytymisen kuin tekniikan kehitystä. Toisaalta juuri verkkokauppaan kytkeytyvät suuret mahdollisuudet esimerkiksi kansainvälistymisessä.

Onnistuakseen tavoitteissaan verkkokauppayrittäjän tulee ennen kaikkea olla valmis pitkäjänteiseen työhön. Palkintoa tulee harvoin heti eikä matka aina tunnu vaivattomalta.

Yrittäjyyden vankan asiantuntijan, [OP Kevytyrittäjän](#) hankejohtaja **Markus Sarjan** sanoin ensimmäinen askeleesi onkin etsiä idea, jossa jaksat maratonjuoksua. Toisekseen on hyvä sisäistää, että vaikka suunnittelua ei pidä skipata, yrittäjäksi havittelevan tulee aloittaa myös konkreettinen tekeminen heti.



Menestyvän yrittäjän resepti: tutki, kyseenalaista, tee.

– Markus Sarja, OP Kevytyrittäjä

Oleellista on aivan kärkeen tutkia ja testata oman liikeidean kysyntä kunnolla aidossa ympäristössä. Sarja kannustaa myös ottamaan mieluummin riskin epäonnistua kuin jäädä liian pitkäksi aikaa suunnitteluasteelle. Aloittavan yrittäjän menestyksen salaisuus tiivistyykin kolmeen kohtaan: tutki, kyseenalaista ja tee.

OP Kevytyrittäjän kehityspäällikkö **Anton Jussila** painottaa, ettei omaa ideaansa ole syytä hautoa suurena salaisuutena.

– Puhu siitä muiden yrittäjien ja mahdollisten asiakkaidesi kanssa niin opit paljon nopeammin kuin yksin arvailen. Idean varastamisen pelko on turha, kenelläkään ei ole siihen aikaa. Lopulta ideaa tärkeämpää on, kuka oppii asiakkaastaan eniten, ja kenellä on toimivin tiimi, joka saa loistavan idean myös toteutettua.

Puhu ideastasi muiden yrittäjien ja asiakkaidesi kanssa. Kenelläkään ei ole aikaa varastaa ideaasi.

– Anton Jussila, OP Kevytyrittäjä

Miten yrittämisen alkuun?

Yrityksen perustamisen vaiheista kuten yritysmuodon valinnasta, rekisteröinnistä, pakollisista maksuista ja vaikkapa yrittäjän työttömyysturvakysymyksistä löydät tietoa:

- [Uusyrityskeskuksesta](#)
- [Yritys-Suomen sivuilta](#)
- [TE-palveluista](#)

Valitsitpa minkä tahansa yritysmuodon, nosta liiketoimintasuunnitelman laatiminen etusijalle ja ota se tosissasi. Liiketoimintasuunnitelma auttaa sinua tiivistämään tulevan verkkokauppasi ja sitä kautta yrityksesi idean, tavoitteet, asiakaskunnan ja ansaintamallin.

– Liiketoimintasuunnitelman kärjessä tulee aina olla kysymys: miksi asiakas ostaisi sinulta. Vastaa sen jälkeen siihen, kuinka suuri tämä miksi-asiakkaiden joukko voisi olla, vinkkaa Sarja. Se, miten laaja liiketoimintasuunnitelmasta kannattaa tehdä, riippuu puolestaan siitä, kuinka riskialtista yrityksesi toiminta on.

Yrityksen perustamisessa yhtä olennaista kuin yhtiömuoto ovat oikeat kumppanit.

– Etsi yhtiökumppaneiksi niitä, joiden kanssa jaksat maratonjuoksun ja joihin luotat, mutta joiden kanssa haluat myös hengaila. Kumppaneita ei voi valita pelkän liiketoiminnan näkökulmasta, sanoo Sarja.

Kirjanpidossa on syytä olla tarkka alusta alkaen sekä pitää yrityksen ja omat rahansa erillään. Jos et ole lainkaan perillä kirjanpidosta ja laskutuksesta, kannattaa ne virheiden välttämiseksi jättää varsinkin alkuvaiheessa ammattilaiselle: tilitoimistolle, tai jos myyt palveluita, esimerkiksi [OP Kevytyrittäjän](#) kaltaiselle palvelulle. Paperityöt ovat aina pois omasta tuottavasta työstä, joten ne kannattaa jo siksikin ulkoistaa.



Kenen kanssa kilpailen?

Verkkokaupassa sekä pitkän että lyhyen tähtäimen tavoitteiden asettaminen on välttämätöntä. Sitä varten on hyvä ymmärtää markkina ja se, kenen kanssa asiakkaista kilpailee.

Weecos Oy:n toimitusjohtaja **Hanna Lusila** kehottaa yrittäjäksi aikovaa kysymään itseltään hyvin raadollisesti, onko tuotteillesi tai palveluillesi aitoa kysyntää. Kysynnän ja liikeidean konseptin kirkastaminen on tehtävä ennen verkkokaupan teknisiin haasteisiin paneutumista. Esimerkiksi valinta, haluatko keskittyä kotimaan vai globaaliin markkinaan, määrittää myöhemmin verkkokaupan alustan ja maksutapakumppanin valintaa.

Lusila vinkkaa, että markkinaa ei tarvitse hahmotella pelkän kilpailun kautta vaan kannattaa katsella myös synergiaetuja. Kenen kanssa, aivan toisiltakin aloilta, voisit tehdä yhteistyötä? Verkkokauppias voi löytää kiinnostavia, kilpailuetua luovia yhteistyöhyötyjä vaikkapa sovelluskehittäjien kanssa.

Asiakkaat ostavat ratkaisuja ongelmiinsa,
mutta saman ongelman voi ratkaista
aivan eri tuotteilla.

- Anton Jussila

Myös Anton Jussila kehottaa kartoittamaan kilpailijat laajasti.

– Tarkastelua ei pidä rajoittaa pelkkään omaan alaan, vaan ottaa lähtökohdaksi asiakkaan tarve: asiakkaat ostavat aina ratkaisuja ongelmiinsa, mutta saman ongelman voi ratkaista aivan erilaisilla tuotteilla. Avain onnistumiseen onkin pohtia, miten asiakas oikeasti toimii arkitilanteessaan.



2. Verkkokaupan pystyttämisen vaiheita

Halusimme kuulla omakohtaisia kokemuksia verkkokaupan pystyttämisestä menestyneiltä, kokeneilta kauppailta. Kysymyksiimme vastasivat [Weecosin](#) perustajat Anna Kurkela ja Hanna Lusila.

Weecos on vuonna 2013 perustettu kestävän elämäntavan kauppapaikka, josta voi ostaa yli 130 design-merkin tuotteita. Weecos puhuttelee ja inspiroi asiakkaitaan kokonaisvaltaisesti. Kaikki mukana olevat yritykset ovat läpäisseet vastuullisuuskyselyn ja avanneet läpinäkyväksi tuotteidensa toimitusketjun, työolosuhteet sekä käytetyt materiaalit.

Kolme neuvoa aloittavalle verkkokauppiaalle

Kun seuraavat kolme seikkaa ovat kunnossa, menee kaupallasi Lusilan mukaan hyvin.

1. Mieti tuotevalikoimasi ja asiakasryhmäsi tarkkaan. Millainen viesti vastaa asiakkaasi kiinnostuksenkohteita? Näiden pohjalta kirkastuu myös kaupan kokonaiskonsepti, joka puolestaan antaa työkalut strategian toteuttamiseen.
2. Suunnittele brändi viimeiseen yksityiskohtaan asti: asiakaspal-

velukielestä asiakkaille lähetettäviin paketteihin saakka.

3. Panosta heti erinomaiseen asiakaspalveluun. Asiakkaiden täytyy tietää, että heitä kuunnellaan ja heidän huolensa ymmärretään aidosti. Ystävällinen asiakaspalvelu pelastaa paljolta.

Tutustu asiakkaaseesi ja luo portfolio

Vaatesuunnittelija **Anna Kurkela** kehottaa aloittamaan verkkokaupan pystyttämisen portfolion eli tuotevalikoiman rakentamisesta. Prosessi voisi edetä näin:

- Mieti kuka on asiakkaasi: millainen tyyppi hän on ja miksi hän tulee juuri sinun luoksesi ostoksille?
- Pohdi mitä tuotteita lähdet hänelle myymään.
- Löydä markkinarako ja tarve: tuo kenttään selkeästi uutta tai sellaista, mitä sieltä puuttuu.
- Tämän kaiken tulee näkyä brändi-ilmeessäsi.

Selkeä kuva asiakkaasta auttaa hahmottamaan, miten hän toimii kaupassasi. – Anna Kurkela, Weecos Oy



Tuotevalikoimaa luodessa kannattaa olla rohkeasti erilainen, sillä asiakkaasikin haluavat erottautua ja löytää persoonallisia tarinoita. Perustele itsellesi, mikä erottuva tekijäsi on, ja miten voit sen avulla palvella asiakkaitasi parhaiten.

Pääasiakkaansa voi määritellä hyvinkin pitkälle vaikkapa seuraavin kysymyksin: Minkä ikäinen asiakas on, missä hän asuu, mitä harrastaa, millainen on hänen perhetilanteensa? Millaisia asioita hän arvostaa elämässään ja mitä puolestaan haluaa välttää? Selkeä kuva luo syvempää perspektiiviä ja auttaa käytännön työssä, kuten hahmottamaan, miten kyseinen asiakas toimii verkkokaupassasi.

Ulkoasu ja tuotekuvien ulottuvuudet

Heti tuotevalikoiman jälkeen verkkokaupan perustamisen tärkeysjärjestyksessä tulevat kaupan ulkoasu ja tuotteiden esittely. Kiinnostavalla visuaalisella ilmeellä, selkeästi esitellyillä tuotteilla ja hy-

Kokonaisuutena ajattelu on todella oleellista. Että tulee asiakkaalle selväksi, mikä on tämän puodin juju.

– Hanna Lusila, Weecos Oy

vällä hakutoiminnolla on iso merkitys niin ostamaan houkuttelun kuin konversion kannalta. Myös asiakkaan mielenliikkeitä palvelevilla tuotekategorioilla ja osuvilla tuote-ehdotuksilla on vaikutus ostopäätökseen.

Kurkela ja Lusila kehottavat miettimään kerralla yhtenäisen ilmeen ja tunnelman, joka asiakkaalle halutaan välittää. Yhtenäisestä ilmeestä muodostuu kokonaisuus, joka näkyy sekä brändin ulkoasussa että tuotekuvissa.

Hyviin tuotekuviin, -kuvauksiin ja myös tuotevideoihin kannattaakin ehdottomasti panostaa. Lusila korostaa, että niissä on aina kaksi ulottuvuutta:

1. Fiiliksen synnyttäminen ja houkuttelu
2. Ostopäätöksen tukeminen ominaisuusesittelyillä ja tiedoilla

Tunnelmoinnin keskellä on hyvä muistaa, että realistiset kuvat ja esittelyt vähentävät merkittävästi palautusten määrää. Tuotesivusta ja sisällöistä olemme kirjoittaneet lisää [aloittavan verkko-kaupiaan digitaalisen markkinoinnin oppaassamme](#).

Onnistu palveluntarjoajien ja alustan valinnassa

Verkkokauppaa on vaikea pyörittää ilman kumppaneita. Palvelut esimerkiksi maksunvälitykseen ja logistiikkaan ovat usein välttämättömiä.

Hanna Lusilan vinkit kumppaneiden valintaan:

- Ota kumppaneita tarveperustaisesti: kaikkia palveluita ei tarvitse hankkia heti isosti ulkoa.
- Maksunvälityspalvelu pitää kaikkien kuitenkin miettiä heti.
- Tutki ja kilpailuta. Selvennä omat tarpeesi: tavoitteletko esimerkiksi globaaleja markkinoita, jolloin kansainväliset maksutavat ovat ehdottomat?
- Perehdy maksamisen ja logistiikan trendeihin. Ota myös huomioon, että kenttä voi toimia maailmalla toisin kuin Suomessa.
- Katso myös kumppanien luotettavuutta: tarkista yrityksen toimintaikä ja asiakasreferenssit.

Hyviä verkkokauppa-alustan tarjoajia on markkinoilla paljon. Kun etsit juuri omiin tarpeisiisi parhaiten vastaavaa alustaa, huomioon kannattaa ottaa muun muassa nämä seikat:

- Kaipaanko helppokäyttöistä alustaa, jolla kaupan rakentaminen onnistuu vähäisemmälläkin kokemuksella?



Vai oletko teknisesti asiantunteva tai sinulla on tekninen kumppani?

- Voitko olettaa, että valmiit ratkaisut riittävät, vai ovatko laajat muokkausmahdollisuudet tärkeitä?
- Millainen on budjettisi?
- Kuinka paljonko sinulla on aikaa käytettävänä?
- Onko oleellista, että hosting ja päivitykset kuuluvat samaan pakettiin?
- Millaisia vaatimuksia sinulla on asiakastuelle? Onko sen tarpeen olla suomalainen, entä palvella kaikkina vuorokaudenaikoina?
- Pitääkö alusta saada integroitua yrityksesi muihin järjestelmiin?
- Haluaisitko, että alustan tarjoaja pystyisi auttamaan myös

esimerkiksi verkkokauppasi ensimmäisissä markkinoinnin askelissa?

- Mitkä ovat tulevaisuuden kehitystarpeesi? Millaisia vaatimuksia volyymin kasvu tai lisätoiminnallisuuksien tarve aiheuttavat?

Tarkastella kannattaa myös, saatko kyseisellä alustalla kauppallesi oman domainin, ovatko hakutoiminnot ja esimerkiksi markkinoinnin tuet hyvät sekä kuuluuko mukaan SSL-sertifikaatti, eli www-se-laimen ja palvelimen välisen tietoliikenteen salaus, vai tuleeko se hankkia itse.

Eri tyyppisillä, kuten avoimeen tai suljettuun järjestelmään perustuvilla alustoilla on omat etunsa ja rajoitteensa. Vaikka on selvää, että itselleen sopivimman alustan löytäminen tekee monista asioista yksinkertaisempia, liiketoiminnallesi merkittävämpää on kuitenkin aina ideasi: ovatko tuotteesi ja lähestymiskulmasi sellaisia, joille on aitoa kiinnostusta markkinassa. Sen jälkeen menestys ei ole enää teknologiasta kiinni.



Kasvata myyntiäsi kattavilla maksutavoilla

Voit joko tehdä maksunvälityksestä eri sopimukset pankkien ja haluamiesi lasku- ja osamaksupalveluiden kanssa tai säästää vaivaasi tekemällä yhden sopimuksen maksunvälityspalveluita tarjoavan yrityksen kanssa.

Suuryrityksille suorat sopimukset voivat olla toimiva ratkaisu, mutta pienille ja keskisuurille kaikkien haluttujen maksutapojen saaminen yhdestä paikasta on usein erinomainen vaihtoehto.

Vastaa näihin kysymyksiin, kun pohdit sopivinta maksunvälittäjää:

1. Onko tarjolla tarpeitasi vastaava palvelupaketti? Esimerkiksi edullinen hinta, johon sisältyvät silti kattavat maksutavat.
2. Tukeeko palveluntarjoaja valitsemaasi verkkokauppa-alustaa?
3. Onko palvelupakettia helppo vaihtaa ilman kuluja, kun liiketoimintasi kasvaa?
4. Tarjotaanko laajat maksutavat muun muassa suosittuihin mobiilimaksuihin sekä laskuihin ja osamaksuihin?
5. Jos teet kauppaa ulkomailla, löytyvätkö valikoimasta kohdemaasi suosimat maksutavat?
6. Tulevatko tilitykset nopeasti?
7. Ovatko raportointityökalut selkeät?

8. Onko asiakaspalveluun helppo ottaa yhteyttä? Onko palvelu ystävällistä ja asiantuntevaa? Kaipaanko suomenkielistä palvelua?
9. Saako maksunvälityksen ilman kiinteitä kuluja, avausmaksua ja määräaikaisuuksia?
10. Onko kyseessä tunnettu ja luotettu toimija?

Kun maksunvälitys on kunnossa, oikein kootulla ja kattavalla maksutapavalikoimalla voit vaikuttaa suoraan myyntiisi. Suosittelemme tarjoamaan asiakkaille mahdollisimman kattavat maksutavat, jotta ostokset eivät jää kesken mieleisen vaihtoehdon puuttumisen takia.

Päätä tehdä kauppaa myös mobiilissa

Jos haluat varmistaa kauppasi menestyksen ei pelkästään tulevaisuudessa vaan heti tänä päivänä, kuluttajan ostokokemuksen tulee olla erinomainen myös mobiililaitteilla.

Tärkeitä ovat niin hyvä käytettävyys, toimivat visuaaliset ratkaisut kuin maksamisen helppous. Keskeisten tietojen tulee löytyä nopeasti, tekstiä pitää pystyä lukemaan mobiilissa zoomaamatta ja linkkejä painamaan vaivatta sormella.

Mobiiliystävälliset sivut varmistavat, ettei älylaitteella liikenteessä oleva asiakas poistu kaupastasi alta aikayksikön.

Mobiiliystävälliset sivut varmistavat, ettei älylaitteella liikenteessä oleva asiakas poistu kaupastasi alta aikayksikön. Ne myös nostavat kauppasi sijoitusta mobiililaitteilla tehdyissä Googlen hakutuloksissa.

Keskeiset keinot, joilla pidät huolen, ettei kauppa mene mobiilissa sivu suun:

- Toteuta sivusto responsiivisesti, jolloin yksi sivusto mukautuu niin älypuheliiniin, tabletille, läppärille kuin pöytäkoneelle.
- Varmista hyvä käyttökokemus ja selkeä navigointi.
- Optimoi nopeus.
- Tarjoa monipuoliset mobiilimaksutavat.

Siinäkö kaikki?

Verkkokaupan perustaminen vaatii monia päätöksiä. Joudut ratkaisemaan kysymyksiä niin tuotteiden hinnoittelusta kuin niiden hankinnasta ja logistiikasta.

- Koska hinnoilla on merkitystä tuotteistasi saataviin mielikuviin, hinnoittelusta kannattaa päättää samanaikaisesti tuote- ja logistiikkaratkaisujen kanssa. Tuotteen hinta perustuu kannattavassa hinnoittelussa kysyntään, ei niinkään kustannuksiin. Hinnoittelumalleja avaa esimerkiksi [Yritys-Suomi](#).
- Tuotteiden hankkimisvaihtoehtoja rajaa liikeideasi. Tuotteet

voi hankkia suoraan valmistajalta, tukkukauppialta tai tuotteiden maahantuojalta. Välikäsien minimoiminen on usein hyvä idea ja maahantuojaksi voit halutessasi ryhtyä myös itse.

- Monipuoliset toimitustavat, jotka asiakas voi valita oman preferenssinsä mukaan, ovat osa hyvää asiakaspalvelua. Toimitustapojen tarjoajia kannattaa kilpailuttaa.
- Jos kokonaisuuteesi ei kuulu myymälää, harkitse, voisitko luoda noutopisteen, josta asiakas voi halutessaan hakea tuotteet ilman toimituskuluja.
- Käy ajatuksella läpi koko ostoprosessi. Näin näet, onko polku toimiva ja oletko ottanut huomioon kaikki vaiheet. Sisällytä tarkasteluun myös esimerkiksi reklamaatioiden ja palautusten mahdollisuus.

Verkkokauppiaille kuuluvat myös vastuut laatia toimitusehdot sekä lisätä sivuilleen niin henkilötietolain mukainen tietosuojaseloste kuin yrityksen yhteystiedot.



3. Weecosin kokemukset – parasta ja haastavinta

Ajatus kauppapaikkaan oli virinnyt vaatesuunnittelija Anna Kurkelan omasta tarpeesta.

– Perustin ekologisia lastenvaatteita valmistavan **Papu Designin** juuri ennen Weecosiä. Etsin uudelle lastenvaatemerkille kansainvälistä, Papun arvomaailmaa tukevaa myyntikanavaa, mutta en löytänyt sopivaa. Kaipailin myös kuluttajana paikkaa, josta löytyisi laaja valikoima vastuullisesti tuotettuja, laadukkaita ja designiltaan omaa silmää miellyttäviä tuotteita, kertoo Kurkela.

Samaan aikaan Hanna Lusila oli vapautumassa Nokialta käyttöliittymäsuunnittelijan pestistä uusiin haasteisiin. He olivat Kurkelan kanssa yhteistuumin sitä mieltä, että tämän tyyppiselle alustalle olisi kysyntää.

– Kokosimme palveluun pilottiryhmän tuttavapiirimme design-yrityksistä, ja saimme vahvistusta suunnitelmillemme. Niin lähdimme rakentamaan Weecosiä, muistelee Kurkela.

Älä pelkää mutkia

Mutkia, haasteita ja suunnanvaihdoksia ei verkkokauppiiaan kannata etukäteen pelätä. Weecosille loi haasteen aluksi se, ettei heidän näkökulmanaan ollut niinkään perustaa verkkokauppaa, vaan rakentaa iso sosiaalinen yhteisö, joka tukee kestävästä kuluttamisesta ja elämäntapaa.

Jos visiosi on iso, kannattaa miettiä selkeät kehitysaskeleet, miten siihen päästään.

– Hanna Lusila

– Yhteisöä lähdettiin aluksi tekemään goljattina isosti, mutta todettiin sitten, että ensin pitää kuitenkin saada kauppapaikka kuntoon. Kun alustaa ei oltu aluksi optimoitu kauppaa vaan yhteisöä varten, piti lopulta rakentaa paljon itse, kertoo Lusila.

Jos visiosi on iso, kannattaakin miettiä selkeät kehitysaskeleet, miten siihen päästään. Näin ei tarvitse myöhemmin huomata, että esimerkiksi jonkin toisen verkkokauppa-alustan valinnalla työstä olisi päässyt helpommalla.

– Kun brändikokonaisuus on kohdillaan ja kysyntä vetää, muut ongelmat ovat aina ratkaistavissa. Kaikkea ei voi edes ennakoida. Mutkat myös opettavat vaikka mitä erikoisosaamista, nauraa Lusila.

Parasta ja haastavinta

Kurkela toteaa, että Weecosissa parasta ovat olleet yhteisön luominen sekä se, että yhdessä isossa kauppapaikassa pienet brändit ovat saaneet mahdollisuuden suurempaan näkyvyyteen.

Tärkeää Weecosissa on aina ollut myös läpinäkyvyyden edistäminen: asiakkaat tietävät, kenelle heidän rahansa menevät: vastuullisille, eettisille ja ekologisille yrityksille. Jokaisesta ostoksesta tulee näin hyvä asia.

Valtavan hienoa on ollut nähdä yhteisöllisyyteen rakentuvan filosofian toteutuminen: – Yhdessä olemme vahvempia ja saamme aikaiseksi isomman muutoksen kohti eettistä kuluttamista, tiivistää Kurkela.

Pohdittavaa Weecosille puolestaan on aiheuttanut kansainvälistymisen kiemurat. Toisena haasteena on ollut tasapaino kauppapaikan uusien teknisten ominaisuuksien nopean käyttöönoton ja seuraavan, paremman ratkaisun odottamisen välillä.

Yhdessä olemme vahvempia ja saamme aikaiseksi isomman muutoksen kohti eettistä kuluttamista.

– Anna Kurkela



4. Matkan varrella kuunnellen, kehittyen ja oppien

Vaikka omaksuttavaa tietoa ja tekemistä on paljon, kannustamme jokaista verkkokaupparyttämisestä haaveilevaa lämpimästi nappaamaan unelmastaan kiinni. Kukaan ei ole mestari aloittaessaan, mutta kun uusiin haasteisiin uskaltaa tarttua, kehittyminen on varmaa.

Kun jatkat matkaasi, tässä vielä viimeiset suuntaviivat asiantuntijoiltamme.

- Seuraa toimialaa ja reagoi asiakastrendien sekä toimintaympäristön muuttumiseen esimerkiksi uuden tekniikan käyttöönotolla tai tuoteportfolion muokkaamisella.
- Etsi jatkuvasti uusia asiakkaita. Keskity tulojen kasvattamiseen, älä menojen minimointiin.
- Asiakaspalaute on erinomainen kuuntelemisen ja oppimisen paikka.
- Tee omaa juttuasi, johon uskot, älä kopioi toisten ratkaisuja.

Muista käynnistää myös verkkokauppasi markkinointi ajoissa.

[Lue aloittavan kauppiaan digitaalisen markkinoinnin oppaamme!](#)

OP Kevytyrittäjä

- OP Ryhmän laskutuspalvelu
- Saat oman y-tunnuksen ja pääset aidosti yrittäjäksi
- Sopii parhaiten palveluiden myyntiin, oman idean kokeilemiseen ja kausiluontoiseen liiketoimintaan
- Jatkossa kehitteillä palvelu myös tuotemyyntiin
- Y-tunnuksen etuja: ALV-huojennukset, mahdollisuus vähentää tarvikehankintoja verotuksessa



OP Kevytyrittäjä

Weecos Oy

- Kestävän ja eettisen kuluttamisen kauppapaikka
- Perustajat Anna Kurkela ja Hanna Lusila
- Perustettu 2013, toimistot Nokiolla ja Helsingissä
- Myy vastuullisten design-merkkien tuotteita
- Yhdistää yli 130 yrityksen tuotteet yhteen kauppapaikkaan
- Tärkeää yhteisöllisyys, seikkailumieli ja läpinäkyvyys



Kiitos seurasta oppaamme parissa!

Toivottavasti löysit runsaasti inspiraatiota, kannustusta ja hyviä vinkkejä uuden yrittäjän taskuun. Toivotamme rohkeutta ja tietenkin hienoja onnistumisia matkallasi verkkokauppiaaksi!

Voit kääntyä aina meidän puoleemme, kun mietit kauppasi maksunvälityskysymyksiä tai esimerkiksi asiakkaan tunnistamisen haasteita.

Ota meihin yhteyttä:

Checkout Finland Oy
Varastokatu 3 A
33100 Tampere

Asiakaspalvelu

asiakaspalvelu@checkout.fi

0800 552 010

Myyntipalvelu

myynti@checkout.fi

09 4282 7111

Checkout Finland on OPn omistama, maksunvälitykseen erikoistunut yritys, asiakasmäärältään yksi Suomen suurimmista. Haluamme tehdä ostamisesta helppoa ja turvallista niin verkossa, kivijalkamyymälöissä kuin kaikissa digitaalisissa palveluissa.

www.checkout.fi

