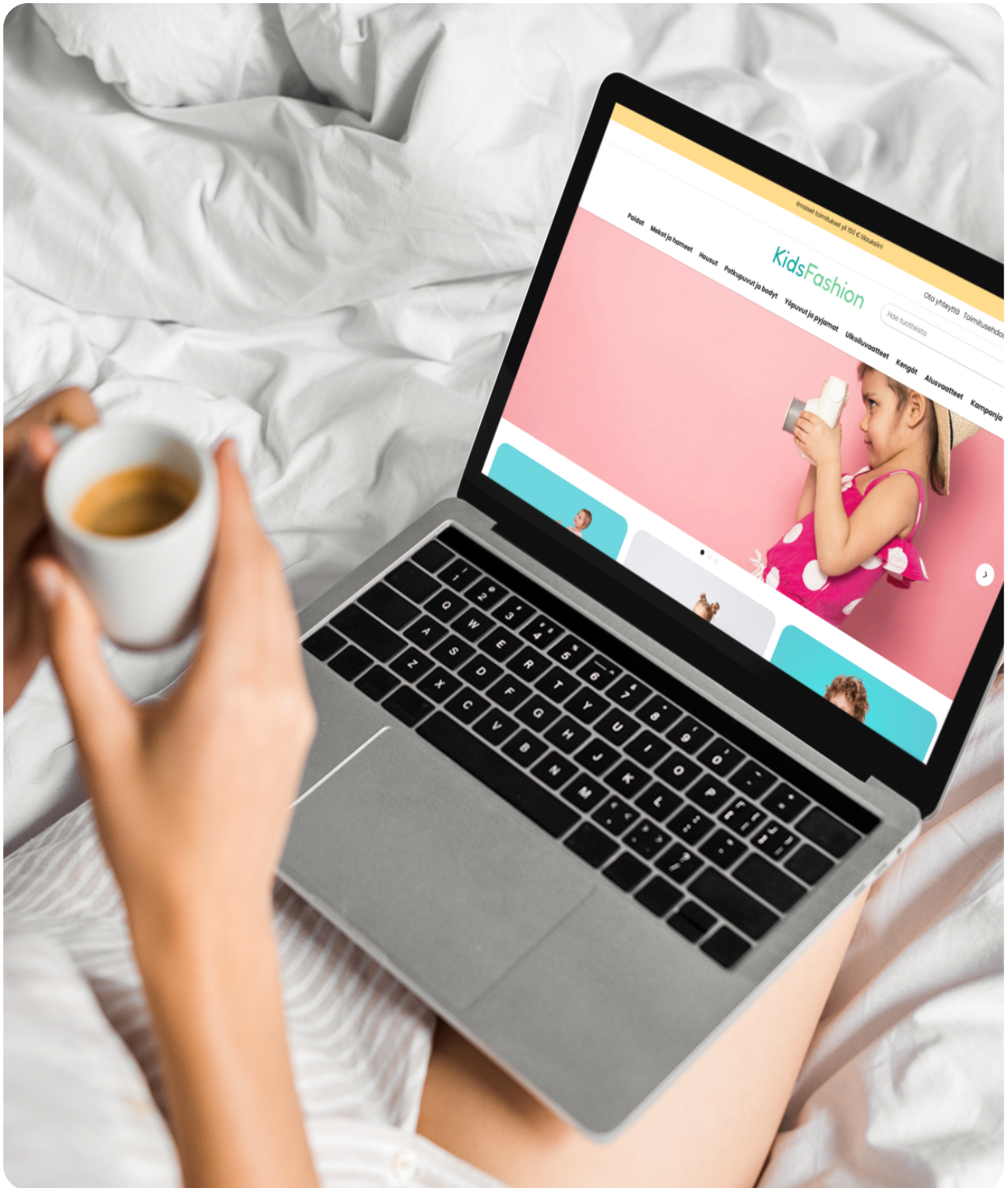


# Verkkokaupan rakentajan työkirja



# Verkkokaupan rakentajan työkirja

Verkossa myynnin mahdollisuudet ovat kivijalkaa laajemmat. Voit myydä niin fyysisiä tuotteita kuin palveluita ja ladattavia tuotteita (esim. tiedostoja tai äänitteitä ja videoita).

Tosin kuin kivijalkaliike, verkkokauppa tavoittaa kuluttajat heidän sijainnista riippumatta, mutta se, että asiakkaat löytävät ostoksille vaatii verkkokauppiailta markkinointia esimerkiksi yrityksen somekanavissa ja sopivissa FB-ryhmissä tai maksetun mainonnan kautta.

Kun valitset verkkokauppaasi taustalle MyCashflow-palvelun sinun ei tarvitse itse huolehtia verkkokaupan ohjelmiston päivityksistä tai webhotelleista. Tarjoamme verkkokaupan palveluna, joten huolehdimme verkkokaupan tekniikasta ja toimivuudesta, ja sinä voit keskittyä myyntiin ja markkinointiin.

Osaava ja ystävällinen asiakaspalvelutiimimme on tukenasi verkkokaupan arjessa, ja vastaa nopeasti esiintuleviin kysymyksiin. Myyntipalvelumme auttaa sopivan ratkaisun suunnittelussa.

**Ennen kuin alat rakentamaan verkkokauppaasi on hyvä käydä läpi muutama seikka ja tehdä päätöksiä, jotta itse kaupan pystyttäminen kävisi mahdollisimman sujuvasti.**

## Suuret linjat:

- ✓ Mitä kaupassa myydään?
- ✓ Kenelle myyt?
- ✓ Mitkä ovat kilpailuvalttisi?
- ✓ Miten rakennat luottamuksen?

## Käytäntö:

- ✓ Miten vastaanotat maksuja?
- ✓ Miten toimitat tilaukset?
- ✓ Minkä näköisen verkkokaupan haluat?
- ✓ Mitä sisältöjä tarvitset verkkokauppaan?
- ✓ Kuka tekee ja mitä?
- ✓ Miten markkinoit kauppaasi?

# Luotettavuus ohjenuorana

## Luotettavuus on verkosta ostaessa tärkeässä roolissa

Luottamus rakentuu pääasiassa tekojen kautta. Pienyrittäjän on hyvä idea hyödyntää pienuuden edut ja tuoda esiin yrityksen persoonallisuutta esimerkiksi esittelemällä yrittäjä ja henkilökunta kuvin ja tekstein. Toinen hyvä keino on hyödyntää ulkopuoliset auktoriteetit, kuten tutut maksu- ja toimitustavat, tuomalla ne esiin näkyvästi verkkokaupassa.

## Luottamus on kaupanteon ehto

Asiakkaalle syntyy aina kokemus asiointitapahtumasta, oli se sitten positiivinen tai negatiivinen. Asiakkaan kokemukseen vaikuttaa kaikki yrityksen toiminta markkinoinnista asiakaspalveluun, verkkokaupan toiminnasta logistiikkaan, unohtamatta itse tuotetta tai palvelua.

Informatiivinen ja selkeä viestintä kantaa pitkälle. Viestinnän tulee olla nopeaa ja vaivatonta sekä ymmärrettävää. Pidä tämä mielessä tuotekuvauksia ja muita sisältöä kirjoittaessasi.

## Mieti:

- ✓ Miten voit tuoda esiin yrityksen persoonallisuutta viestinnässä?
- ✓ Onko yrityksesi jäsenenä esim. Suomen Yrittäjissä tai muussa yhdistyksessä?
- ✓ Onko yritykselläsi sertifikaatteja tai palkintoja joita voit esitellä?
- ✓ Mitä maksutapoja aiot käyttää - voitko lisätä ne näkyvästi sivupalstaan?

# Asiakaspalveluvinkit

## Ennakoiva asiakaspalvelu vähentää ruuhkaa

Pyri tarjoamaan ennakoivaa asiakaspalvelua, esimerkiksi luomalla kattavat tuotekuvaukset tuotteille sekä sivut verkkokauppaan, josta asiakas löytää ohjeet esimerkiksi palautusten tekemiseen tai tuotteen käyttämiseen.

## Proaktiivinen asiakaspalvelu parantaa luottamusta

Ole yhteydessä asiakkaaseen esimerkiksi silloin, jos tilauksen toimitus viivästyy tai kun odotettu tuote on saapunut. Usein voit pienillä asioilla saada asiakkaan tuntemaan itsensä huomioiduksi ja erottautua tällä tavoin myös muista yrityksistä.

## Rohkaise yhteydenottoon

Rohkaise asiakasta olemaan yhteydessä verkkokauppaasi asiakaspalveluun jokaisessa ostopolun vaiheessa. Moni verkkokauppa tekee ison osan myynnistä asiakaspalvelutyöllä. Asiakkaan auttaminen ostamaan on hyvää palvelua! Saat myös tietoa mahdollisista tilaamiseen liittyvistä ongelmista ja kehitystarpeista, jotka eivät välttämättä nouse esiin verkkokaupan analytiikassa.

Yhteydenoton helpottamiseksi voit yhdistää verkkokauppaasi chat-palvelun, jonka avulla voit ratkaista mahdollisia ongelmia jopa jo asiakkaan asioinnin aikana.

Asiakas kokee ongelmat palvelussa – palvelu vaikuttaa suoraan ja välittömästi asiakaskokemukseen. Huonot kokemukset nakertavat luottamusta, mutta samalla hyvin hoidettu reklamaation käsittely voi kasvattaa luottamusta yli ongelmaa edeltävän tason.

**Lue lisää** asiakaspalveluvinkkejä ja muusta verkkokauppaan liittyvästä sisällöstä: [mycashflow.fi/blogi](https://mycashflow.fi/blogi)

# Mikä on kilpailuvalttisi?

## Mikä erottaa sinut kilpailijoistasi?

Nyt kun olet päättänyt mitä myyt ja kenelle, on aika miettiä mikä erottaa sinun verkkokauppasi muista.

## Kysy itseltäsi, miksi asiakas ostaisi juuri sinun kaupastasi?

- ✓ Voitko esimerkiksi toimittaa tuotteet nopeasti asiakkaan kotiovelle?
- ✓ Voiko asiakas itse noutaa tuotteet myymäläsi noutopisteestä?
- ✓ Tarjoatko edullisia tai ilmaisia lähetyskuluja?
- ✓ Myytkö tuotetta edulliseen hintaan?
- ✓ Myytkö ekologisia tai eettisesti tuotettuja tuotteita?
- ✓ Ovatko tuotteet uniikkeja, tai myytkö tuotetta eksklusiivisesti Suomessa?
- ✓ Tarjoatko erityisiä maksuehtoja tai etuja asiakkaillesi?
- ✓ Onko brändisi tunnettu?
- ✓ Onko valikoimasi laaja?

Nämä kilpailuvaltit on tärkeä tuoda esiin verkkokauppasi sisällössä, kuten tuoteku-  
vauksissa ja sisältösiivuilla sekä mainonnassa.

# Onko yritykselläsi huomioitavia asiakasryhmiä?

## Pohdi miten voit palvella eri asiakasryhmiä

Myytkö verkkokaupassasi tuotteita niin yksityisasiakkaille kuin yrityksille? Tässä tilanteessa voit harkita luovasi erillisen kauppaversiön yritysasiakkaille.

### Mieti:

- ✓ Millaisia alennuksia ja ehtoja tarjoat asiakkaille?
- ✓ Onko erityisiä huomioitavia asiakasryhmiä?
- ✓ Tarjoatko alennuksia esimerkiksi paikalliselle seuralle tai yhdistykselle?

## MyCashflow'ssa voit asiakasryhmäkohtaisesti

- ✓ määrittää alennushintoja ja muita kampanja-etuja
- ✓ näyttää maksutapoja, esimerkiksi laskun laskutusasiakkaille
- ✓ luoda oman kauppaversiön omalla tuotevalikoimalla, jonne täytyy kirjautua asiakasryhmän jäsenenä

# Miten asiakas maksaa?

## Maksamisen helppous vaikuttaa suotuisasti ostopäätökseen

Valitse tarjoamasi maksutavat asiakkaasi ja tuotteidesi perusteella. Jos myyt arvokkaampia tuotteita, on hyvä idea tarjota kassalla perinteisten maksutapojen lisäksi osamaksuvaihtoehtoa. On suositeltavaa tarjota riittävästi erilaisia maksutapoja, jotta ostopäätös ei jää maksamisesta kiinni. Verkkokaupassa maksamisen helppous parantaa konversiota.

### **MyCashflow-verkkokaupassasi maksutapojen aktivointi on helppoa.**

Useimmiten saat yhden sopimuksen kautta kattavasti eri maksutapoja aktivoitua kauppaasi, kuten luottokorttimaksut ja laskuvaihtoehdon. Sinun tarvitsee vain tehdä sopimus valitsemasi maksupalveluntarjoajan kanssa verkkokauppasi hallinnan kautta, Maksutavat-osiossa.

Tarjotessasi laskuvaihtoehtoa maksupalveluntarjoajan kautta sinun ei itse tarvitse huolehtia että asiakas maksaa laskun, vaan maksupalveluntarjoaja huolehtii saatavista, toisin kuin jos itse tarjoat laskuvaihtoehtoa.

Maksupalveluntarjoajien sopimukset vaihtelevat, mutta yleensä maksupalveluntarjoaja veloittaa kauttaan menneistä maksusuorituksista provision. Yleensä kuukausimaksullisia sopimuksia ei tarvita.

### **Mieti:**

- ✓ Huomioi miten kirjanpito hoituu sekä miten palautukset ja hyvitykset käsitellään.
- ✓ Miten haluat itse maksaa verkossa?
- ✓ Kuka tekee B2B-tilauksen ja mitä maksutapoja hän voi käyttää työnantajansa puolesta?

# Miten toimitat tilauksen?

## Laaja valikoima toimitustapoja kannustaa tilaamaan

Päätä verkkokauppaa rakentaessa miten toimitat tuotteet asiakkaillesi. Suosittelemme että tarjoat seuraavat vaihtoehdot:

- ✓ nouto myymälästä
- ✓ pakettiautomaatti
- ✓ kotiinkuljetus
- ✓ seurattava kirje

Useimmiten verkkokaupoissa on tarjolla useita vaihtoehtoisia toimitustapoja, jotta mahdollisimman monet asiakkaat löytävät itselleen sopivimman palvelun. Kaikki palvelutarjoajat eivät toimi kaikilla alueilla ja asiakkaalle pitkä toimituksen hakumatka voi käännättää hänet pois viime metreillä ennen ostotapahtumaa.

Verkkokauppassasi saatavilla olevien laajennusten kautta saat lähetykselle seurantakoodin ja tulostettavan osoitekortin helposti yhdellä klikkauksella.

MyCashflow'ssa on helppo lisätä toimitustapoja verkkokauppaasi. Saat laajan valikoiman toimitustapoja tarjolle jopa yhdellä sopimuksella, esimerkiksi aktivoimalla kotimaisen Shipit-palvelun kauppaasi.

# Miltä sinun verkkokauppaasi pitäisi näyttää?

## Minkä näköisen verkkokaupan haluat?

Verkkokaupan ulkoasu kannattaa päättää niin asiakasryhmän kuin yrityksesi brändin ja myymäsi tuotemääränkin perusteella.

[MyCashflow:n ulkoasuratkaisusta](#) voit valita suoraan kaupалlesi sopivan ulkasun ja muokata helposti teemaa omalle yrityksellesi sopivaksi teemaeditorilla, ilman koodiosaamista. Kaikki MyCashflow-teemat ovat responsiivisia, eli sopeutuvat niin puhelimen kuin suuremman tietokoneen näytölle automaattisesti.

## Kolme merkittävää seikkaa teeman valinnassa ovat

- ✓ miten tuotteita myydään (filiksellä vai informaatiolla)
- ✓ tuoteryhmien määrä päätasolla sekä hierarkian syvyys, eli alakategorioiden määrä
- ✓ kuinka paljon erilaisia sisältö sivuja tai muuta sisältöä haluat lisätä verkkokauppaasi

Esimerkiksi vaatteita ja harrastetuotteita saatetaan usein myydä enemmän tunnelmaa luomalla, kun taas tarvikkeita ja varaosia myydään tarkoilla tuotekuvauksilla ominaisuuksien ja mittojen perusteella.

**Vinkki:** Voit julkaisun jälkeen tehdä piilotetun kehitysversion kaupasta, ja tehdä muutokset rauhassa ennen muutosten julkaisua

# Miten hinnoittelet logistiikan kustannukset?

## Laajat valikoima toimitustapoja parantaa konversiota

On yleinen käytäntö, että verkkokauppa laskuttaa toimitukseen liittyvät kustannukset asiakkaalta. MyCashflow-verkkokaupassa voit määrittää erikokoisille tuotteille erilaiset toimituskulut ja -vaihtoehdot. Toimituskuluja määrittäessä kannattaa pitää mielessä, että toimituskulut ovat yksi eniten ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä. Liian suuret toimituskulut ovat ikävä yllätys, kun asiakas siirtyy kassalle viimeistelemään tilaustaan. Usein toimituskuluja hinnoitellaan mukaan tuotteen hintaan.

## Toimituskulujen hinnoitteluun on saatavilla esimerkiksi seuraavia strategioita:

### 1. Hinnoittelu ostoskorin lähetyspainon mukaan

Toimituskulujen hinnoittelu ostoskorin painon ja postituskoon perusteella on kenties yleisin hinnoittelutapa. Painon mukaisessa hinnoittelussa verkkokauppias saa hieman katetta käsittelykuluille. Verkkokauppojen asiakkaat ovat tottuneet tähän hinnoitteluun ja hyväksyvät kohtuulliset toimituskulut.

### 2. Ilmaiset toimitukset

Ilmaisten toimitusten tarjoaminen on tehokas keino nostaa konversiota ja saada enemmän tilauksia. Ilmaiset toimitukset voidaan määrittää useiden eri mallien mukaan, esimerkiksi tuottavien sesonkien ajaksi tai määrätyn minimisumman ylittävälle tilauksille, jolloin asiakkaita voidaan ohjata tekemään suurempia tilauksia.

### 3. Kiinteähintaiset toimitukset

Tässä mallissa kaikkien tilausten toimituskulut ovat aina samat. Kuluttajan näkökulmasta hinnoittelu on selkeää. Yritysten välisessä kaupassa kiinteät toimituskulut ohjaavat tekemään suurempia hankintoja kerralla, jolloin vältetään useiden ostokertojen moninkertaiset toimituskulut.

# Miten ryhmittelet myymäsi tuotteet?

## Loogiset tuoteryhmät auttavat asiakasta löytämään hakemansa

Verkkokaupassa tuoteryhmät ovat tapa luokitella samankaltaisia tuotteita yhteen MyCashflow'ssa. Tuoteryhmien perusteella muodostetaan myös verkkokauppasi päänavigaatio. Aivan kuten myymälässä, tuotteiden esillepano on tärkeää ja sillä on valtava merkitys siihen mitkä tuotteet menevät kaupaksi.

Tuoteryhmiä voi olla useassa eri tasossa, esimerkiksi:

Naiset > Alaosat > Housut > Urheiluhousut

Legginsit

Villahousut

Sama tuote voi olla useassa tuotekategoriassa. Voit esimerkiksi luoda erilaisia kampanjoita tuotekategorioiden avulla tai esitellä tuotteet teeman perusteella, esimerkiksi Kesävaatteet > Lippalakit ja lisätä Kesävaate-kategorialle oman kesäisen bannerikuvan ja ohjata asiakkaat laskeutumaan ko. sivulle digimainoksesta.

Huolehdi, että tuotteet järjestellään tuoteryhmissä järkevästi. Tulet myymään eniten ylimpänä olevia tuotteita, joten pidä huoli parhaat tuotteet menekin, katteen ja tarjousten näkökulmasta on kunnolla esillä. Muista myös tuoteryhmien järjestys, joka voi elää sesonkien mukana.

**Vinkki:** Mieti ja kokeile ostotapahtumaa asiakkaan näkökulmasta. Mieti kuinka ostoputki etenee etusivulta oikealle osastolle ja edelleen tuotteiden valintaan, ostoon ja maksuun. Mille sivulle ohjaat asiakkaan etusivulta? Katso mallia muista alan verkkokaupoista.

# Tuotekuvaukset verkkokaupan myyjänä

## Laadukkaat tuotekuvaukset lisäävät myyntiä ja vähentävät hutiostoja

Verkkokaupassa tuotetekuvauksien merkitys on suuri. Selkeän ja informatiivisen tuotekuvauksen avulla asiakas osaa ostaa hänelle sopivan tuotteen ja välttyy hutiostoilta. Kun panostat tuotteesta kattavasti kertovaan tuotekuvaukseen vähennät myös verkkokauppiiana ylimääräisten asiakaspalautusten ja asiakaskyselyiden käsittelyä.

### Hyvässä tuotetekstissä ilmenee tuotteesta riippuen:

- ✓ Kuvaava tuotenimi
- ✓ Tuotteen fyysiset ominaisuudet kuten väri ja koko tai mitat
- ✓ Tuotteen käyttötarkoitus, käyttömahdollisuudet tai sisältö
- ✓ Tuotteen tuoma hyöty asiakkaalle
- ✓ Tuotteen mahdollinen takuu-aika
- ✓ Tuotteen kesto mikäli kyse on palvelusta tai videosta

Lisäksi tuotteella pitää olla vähintään yksi hyvä kuva, riippuen tuotteen tyypistä. Voit lisätä tuotteelle niin monta kuvaa kuin haluat.

### Mieti:

- ✓ Mitä asiakkasi olisi hyvä tietää tuotteistasi?
- ✓ Mitä asiakkaat yleensä kysyvät tuotteistasi?

**Vinkki:** Kun alat perustamaan tuotteita kauppaasi, luo mallituotteita erilaisista tuotteista ja luo tuotteesi kopiomalla sen tietoja.

# Hakukoneoptimointi

## Hakukoneiden avulla lisää liikennettä verkkokauppaan

MyCashflow-kauppasi on hakukoneystävällinen – tai jopa hakukonefanaattinen.

MyCashflow sisältää aina rikkaan ja informatiivisen HTML-merkkauksen sekä lukuisia Googlen suositteimia teknisiä ratkaisuja, jotka auttavat hakukoneita lukemaan ja ymmärtämään verkkokauppasi rakenteen ja sisällön.

Kauppiaan ja ylläpitäjien tehtävä on huolehtia, että verkkokaupassa on riittävästi tietoa ja laadukasta sisältöä.

Tarkka ryhmittely helpottaa hakukoneoptimointia ja kaupan sisäisiä linkityksiä. Moni etsii tuotteita hakukoneissa tarkkojen tuoteryhmien nimillä ”miesten sadetakit”, johon ”miehet -> sadetakit” vastaa paremmin hakuun kuin ”miehet -> takit”. Lisäksi kuluttaja näkee mitä etsii eli saa vastauksen kysymykseen. Google arvostaa ja priorisoi korkeammalle.

**Vinkki:** Kirjoita sisältöä asiakkaallesi, ei hakukoneelle. Kun vastaat asiakkaan tarpeeseen hakukone nostaa sivusi paremmille sijoille hakutuloksissa.

Hakukoneoptimointi on pitkäjänteinen strategia, ja saat nopeasti liikennettä hakukoneista Google Ads -mainonnalla.

# Tuotekuvat verkkokaupassa

Mikäli sinulla on olemassa olevia kuvia esimerkiksi tuotteen toimittajalta, pyydä lupa niiden käyttöön verkkokaupassasi.

Tuotekuvia voi myös ottaa itse, jopa kännykän kameralla. Kun otat kuvat pyri miettimään että kaikki kuvat sopivat keskenään yhteen, koska niitä tarkastellaan usein rinnakkain verkkokaupassa. Ota esimerkiksi kuvat aina samalla taustalla ja samanlaisessa valaistuksessa sekä samasta kulmasta.

Nimeä tuotekuvat kuvaavasti kun lisäät ne verkkokauppaan. Tällöin kuva voi auttaa ohjaamaan liikennettä verkkokauppaan myös hakukoneiden kuvahausta.

Jos sinulla on - tai voit tehdä - videoita tuotteista, niin hyödynnä niitä tuotteiden esittelyssä, esimerkiksi tuotekortille.

**Vinkki:** Suosittelemme lisäämään tuotteesta useita erilaisia kuvia, esimerkiksi: tuotteen kuva, mallikuva, fiiliskuva, yksityiskohdat ja väri vaihtoehdot.

MyCashflow-kauppasi luo automaattisesti tarvittut kuvaversiot lataamastasi tuotekuvasta. Lataa kauppaan tuotteelle mahdollisimman suuri versio kuvasta, jotta se näkyy hyvälaatuisena kaikilla näytöillä (suosittelemme noin 2000 x 2000 px kuvaa).

# Verkkokaupan sisällöillä luot lisäarvoa

Lisää verkkokauppaasi hyödylliset, yritystäsi koskettavat sisällöt. Verkkokauppaan voit lisätä tarpeen mukaan hyvin monipuolista sisältöä. Tässä muutama esimerkki sisältösivuista - mieti mitä voisit itse lisätä kauppaasi:

- Aukioloajat
- Asiakaspalvelu
- Yhteystiedot
- Usein kysytyt kysymykset
- Yhteyshenkilöt
- Asiakas palautetta/kokemuksia tarinoita
- Jälleenmyyjät
- Hoito-ohjeet
- Myymälät
- Tee virheilmoitus
- Tehdas/Tuotanto
- Vaihto ja palautus
- Tietoa jälleenmyyjille
- Huolto ja takuu
- Kokotaulukot
- Vastuullisuus
- Maksutavat
- Yhteistyö
- Käyttöohjeita
- Tietoa yrityksestä
- Noutopiste
- Historia/tarina
- Toimitustavat
- Tietosuoja
- Palautusohjeet
- Tietoturva
- Tietoa evästeistä

Mitä enemmän kerrot yrityksestäsi, sitä luotettavammalta verkkokauppaasi näyttää asiakkaan silmissä. Samalla parannat kauppaasi löydettävyyttä hakukoneista kuten Googlesta ja helpotat asiakkaan ostopäätöstä sekä asiakaspalvelutyötä, vastaamalla mahdollisiin kysymyksiin sivuillasi.

# Sopimustekstit kuntoon

## Verkkokaupan lakitekniset tekstit

Verkkokaupassa tulee olla selkeästi esitettynä verkkokaupan toimitus- ja palautusehdot sekä tietosuojaseloste.

## Toimitusehdot

Kaikilla verkkokaupoilla on oltava toimitusehdot, joissa annetaan asiakkaille tietoa muun muassa verkkokaupan maksu- ja toimitustavoista sekä niihin liittyvistä kustannuksista.

## Palautusehdot

Palautusehdoissa käydään läpi asiakkaan oikeus kaupan perumiseen ja tilauksen palauttamiseen liittyvät yksityiskohdat. Verkkokauppa luetaan etämyynniksi, jossa peruutusoikeus on yleensä 14 päivää, muutamia poikkeuksia lukuunottamatta (esim. sinetöitynä toimitetut tuotteet ja tilaustuotteet). Lue tarkemmin aiheesta [Kilpailu- ja kuluttajaviraston sivuilta](#).

## Tietosuojaseloste

Verkkokaupan tietosuojaselosteessa käydään läpi mitä tietoja verkkokauppa kerää kävijöistä ja asiakkaista ja mihin tarkoituksiin tietoja käytetään. Tietosuojaseloste ei tarkalleen ottaen ole pakollinen dokumentti, mutta verkkokaupan on jossain yhteydessä kerrottava asiakkaalle tietojen käsittelystä ja pyytää hyväksyntä siihen.

**Muista!** Tarkista muut rakoitteet ja poikkeukset myynnissä, markkinoinnissa ja logistiikassa.

- ✓ lääkkeet ja itsehoito
- ✓ alkoholi jne
- ✓ akut (rajoituksia toimitustavoissa)
- ✓ lapsille markkinointi
- ✓ pilaantuvat tuotteet (ei palautusoikeutta)

# Huomioi tietosuoja

## Tietosuoja-asetus GDPR - henkilötietojen käsittelyn dokumentointi ja riskeihin varautuminen

Kivijalkaliike ei välttämättä ole tarvinnut huolehtia EU:n tietosuoja-säädöksestä, GDPR:stä, mutta verkossa toimiessa tämä on arkipäivää. Olennaista GDPR:ssä on henkilötietojen käsittelyn ja käytäntöjen dokumentointi sekä riskeihin varautuminen. Verkossa toimiessa yritys saa käsiinsä asiakkaan tietoja eri tavalla kuin kiivijallassa, esimerkiksi asiakkaan sähköpostiosoitteen tai postitusosoitteen.

### Asiakkaalla on tietosuoja-säädöksen myötä:

- ✓ oikeus saada tietoa henkilötietojen käsittelystä
- ✓ oikeus siirtää omat tietonsa tietojärjestelmästä toiseen mikäli teknisesti mahdollista
- ✓ oikeus saada tieto tietoturvaloukkauksesta
- ✓ sisäänrakennettu oleutsarvoinen tietosuoja
- ✓ oikeus tulla unohdetuksi

Rajaa verkkokauppasi hallinnassa työntekijöiden oikeudet välttämättömiin. Verkkokaupassa on valmis sivu tietosuojaselosteelle, jota voit käyttää pohjan oman verkkokaupan selosteen laatimiselle.

Asiakasta tulee informoida tietojen käytöstä kun henkilötietoja kerätään.

**Muista!** Verkkokauppias on tietosuojalain tarkoittama rekisterinpitäjä.

Tämä tarkoittaa korostunutta vastuuta tietoturvasta huolehtimiseen.

Lue lisää: [tietosuoja.fi](https://tietosuoja.fi)

# Verkkokaupan arki pyörimään - mitä, kuka, milloin?

## Verkkokauppasi tiimi ja ulkopuoliset asiantuntijat

Nyt olet jo lähellä verkkokauppasi rakentamista, sillä hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Mieti ja päätä vielä miten aiot pyörittää verkkokauppaa käytännössä.

### Mieti ja päätä:

- ✓ Kuka tekee verkkokaupan perustamisprojektin?
- ✓ Perustatko kaupan itse, vai delegoitko tehtävän?
- ✓ Milloin projekti on valmis?
- ✓ Mikä on projektin budjetti?
- ✓ Ketkä ylläpitävät tuotteita / saldoja?
- ✓ Ketkä käsittelevät tilauksia?
- ✓ Kuka hoitaa asiakaspalvelun?
- ✓ Miten ja milloin markkinointia tehdään?
- ✓ Kirjanpito- ja maksujen tilitysraportit

Ota yhteyttä MyCashflow'n myyntiin, kun tarvitset asiantuntija-apua.

**Vinkki!** Järjestämme monipuolisia markkinointikoulutuksia asiakkaillemme osoitteessa: [koulutukset.mycashflow.fi](https://koulutukset.mycashflow.fi)

Opiskele myös verkkokaupan toiminnoista ja markkinoinnista blogistamme: [mycashflow.fi/blogi](https://mycashflow.fi/blogi)

# **Verkkokaupan toiminnan varmistaminen**

## **Käytä itse omaa verkkokauppaasi säännöllisesti**

Verkkokauppaa on hyvä kokeilla itse säännöllisesti ja varmistaa että kaikki toimii niin kuin pitää.

## **Tee erilaisia testitilauksia ja varmista että ostoprosessi toimii**

Testitilaus tehdään kaupasta normaalin tilauksen tavoin. On suositeltavaa että lisäät ostoskoriin useita erilaisia tuotteita ennen tilauksen tekemistä, jotta voit huomata mahdolliset ongelmat toimitustapojen asetuksissa, kuten esimerkiksi liian matalat/ pienet painorajat.

Kun olet tehnyt tilauksen loppuun onnistuneesti, voit perua sen verkkokauppasi hallinnasta.

## **Kokeile miten itse löydät tuotteita hakutoiminnolla**

Voit lisätä hakusanoja jotka mielestäsi puuttuvat tuotekortilta jotta varmistat että asiakas löytää hakemansa tuotteet hakusanoistansa huolimatta.

# Verkkokaupan arki pyörimään - mitä, kuka, milloin?

## Verkkokauppa vaatii jatkuvaa markkinointia

Verkkokauppaan ei saavu asiakkaita ilman markkinointia. Verkkokaupan markkinoinnin mahdollisuudet ovat laajat - sähköpostimarkkinoinnista ja somepostauksiin maksettuun mainontaan ja blogiyhteistyöhön.

Hyvä idea on luoda esimerkiksi ilmainen Google-kalenteri yrityksesi markkinointia varten, johon voit kirjata niin kampanjan tai postauksen idean sekä ajastaa muistutuksen, että saat aineistot valmiiksi ja julkaistua ajoissa. Ota kalenteri viereesi ja katso kuukausi kuukaudelta, mitä pyhiä tai erikoisia päiviä kalenterissa on joita voisit hyödyntää, luomalla esimerkiksi sopivia kampanjoita tai teemapäiviä päivien ympärille.

Lataamalla MyCashflow'n sivuilta käyttöösi maksuttoman [Verkkokaupan markkinointikalenterin](#), voit suunnitella kampanjointia kuukausien tärkeimpien merkkipäivien ajalle.

## Mieti esimerkiksi:

- ✓ Missä digitaalisissa kanavissa potentiaaliset asiakkaasi liikkuvat?
- ✓ Mitä juhlapyyhiä tai merkkipäiviä voisit hyödyntää markkinoinnissa?
- ✓ Onko sinulla olemassa olevia sosiaalisen median kanavia vai pitäisikö sinun perustaa tilit?

[Lataa oppaat verkkokaupan markkinointiin sivuiltamme.](#)

[Google-mainonta:](#) Olemme verkkokauppaan erikoistunut Googlen kumppani. Kysy lisää teidän tilanteeseen sopivista ratkaisuista myyntipalvelutamme esim. sähköpostitse

**myynti@mycashflow.fi.**

## Kun alat olla valmis...

Verkkokaupan julkaisuun liittyy muutamia asioita, joista olemme koonneet erillisen Verkkokaupan julkaisun tarkistuslistan. [Lataa se täältä.](#)

Jos aiot julkaista kauppasi 1-2 viikon kuluessa, niin aloita valmistelut heti. Riippuen tilanteesta, esim. verkkotunnuksen siirto, voi joskus kestää.

### Opi lisää verkkokaupankäynnistä:

[koulutukset.mycashflow.fi](https://koulutukset.mycashflow.fi)

[mycashflow.fi/blogi](https://mycashflow.fi/blogi)

