



© sisältöön liittyvät **huomautukset**

→ **Tekijänoikeudet**

Tämän esityksen kaikki oikeudet ovat sen **tekijän** (mainittu alla). Esitys on tarkoitettu käytettäväksi ainoastaan mainitussa tilaisuudessa, raportissa tai lehdistön käyttöön lähdeaineistoksi erillisen sopimuksen mukaan. © 2000-2010 Kare Casals.

Esityksessä olevia tietoja saa hyödyntää vain **ei-kaupallisiin** tarkoituksiin, ja tietoja lainattaessa on mainittava lähteenä tämän esityksineiston tekijä, ja lainattavan taulukon, kuvan ym. informaation yhteydessä mainittu lähde.

→ **Viittaukset**

Viittaukset **eivät ole kannanottoja, suosituksia tai kehotuksia** Suomen Elektronisen Kaupankäynnin yhdistys ry:n, E-Finland Network Oy:n, Sähköisen kaupan palvelukeskuksen, tai tämä esityksen esittäjän puolelta.

1
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



2
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



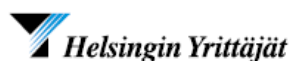
SÄHKÖSHOKIN JA VERKKOONSOTKEUTUMISEN MAHDOLLISUUDET

”Pysykö yrittäjä rajat ylittävän kaupan perässä?”

Helsingin Yrittäjien Seminaari

HELSINKI - 13.4.2010

Kare Casals



Kuka olen
ja mistä tulen ?

Kare Casals

S-posti kare.casals@ecf.fi
kare.casals@itpooli.com
kare.casals@kainuunetu.fi

Puhelin 050 – 560 8760

- **Kehitysjohtaja** (2008 –)
Kainuun Elinkeino toiminnan kehitys yhtiö, Kainuun Etu Oy
- **Operattivinen johtaja** (2008 –)
IT-Pooli Group
- **Puheenjohtaja** (2007 –)
Suomen Elektronisen Kaupankäynnin yhdistys ry (ECF)
- **Toiminnanjohtaja** (2002 – 2006)
Suomen Elektronisen Kaupankäynnin yhdistys ry (ECF)
- **Toimitusjohtaja, Neuvonantaja** (2001 – 2008)
E-Finland Network Oy Ltd
- **Toimitusjohtaja, Vastaava päätoimittaja** (2000 – 2008)
Sähköisen kaupan palvelukeskus (e-finland.org)
- Vuosina 1986 – 2000 vähittäis- ja tukkukaupan liiketoiminnan kehitys-, määrittämis- ja ohjaustehtävissä kaupan keskusliikkeiden (SOK, Kesko, Tuko, Elanto) ja suurempien IT-toimittajien (Nixdorf, Siemens, NokiaData, ICL, Aldata Solutions..) palveluksessa

4

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved.



Electronic Commerce Finland

Suomen Elektronisen Kaupankäynnin yhdistys ry

- Suomen **ainoa** yleishyödyllinen ja voittoa tavoittelematon valtakunnallinen **sähköiseen kaupankäyntiin** keskittynyt yhteistyöorganisaatio.
- Perustettiin 1996 ja rekisteröitiin 1997
- Tavoitteena **edistää** sähköistä kaupankäyntiä, sekä sen piirissä olevien toimijoiden **toimintaedellytyksiä**.
- Lähes 100 yhteisöjäsentä, kuten esim. *Ficom, Itella, Luottokunta, Smilehouse, Vilkas, Soprano, Suomen Verkkomaksut ja Securitas*.

- ✓ Verkostoitumista
- ✓ Tiedonkeruuta ja -välitystä
- ✓ Seminaareja
- ✓ Asiantuntijatilaisuuksia
- ✓ Tiedotusta ja koulutusta
- ✓ Asiantuntemusta
- ✓ Edunvalvontaa
- ✓ Neuvontaa ja tukea

internet www.ecf.fi

5
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved




SÄHKÖSHOKIN JA VERKKOONSOTKEUTUMISEN MAHDOLLISUUDET

"Pysykö yrittäjä rajat ylittävän kaupan perässä?"

Helsingin Yrittäjien Seminaari
HELSINKI - 13.4.2010
Kare Casals







”Verkkokauppa”


Sähköinen liiketoiminta on tieto- ja viestintätekniikan (ICT) hyödyntämistä liiketoimintaprosesseissa.

Sähköinen kaupankäynti on ICT:n välityksellä (mm. Internet, mobiili) tapahtuvaa tavaroiden ja palvelujen tarjontaa, kysyntää tai myyntiä tai muuta kaupallista asiointia.

Internetin välityksellä tapahtuva:

- tarjonta
- kysyntä
- myynti
- kaupallinen asiointi

7
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



**Internet on kaupan *Suurin*
muutosvoima
sitten postin yleistymisen
1900 luvun vaihteessa.**

*PS. Nettikaupalla kesti ainoastaan 8 vuotta saavuttaa
Postimyyntiin 100 vuoden aikana saavuttama taso !*


8
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved




“Siirryimme vauhdilla kohti yhteisöllistä globaalia verkostotaloutta, jossa kontribuutiomme on osa jotain isompaa..”

Kare Casals, 2006

9
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Taustalla globaali kehitys..



```

graph TD
    A[Pääoma, työvoima, tuotanto..] --- B[Globalisaatio, EU ja sen sisämarkkinat]
    C[Talouden kehitys, lainsäädännön harmonisointi, kaupan esteiden poistuminen] --- B
    B --> D[Kiristynvä avoin kilpailu - yli rajojen]
    D --> E[Internet – informaatiota kaikkien saatavilla]
    F[Teknologinen kehitys; Kotitietokoneet, Laajakaista, Internet, RFID, ym.] --- E
    E --> G[Kuluttajien kasvanut valta]
    G --> H[Uusia vaatimuksia ja mahdollisuuksia!]
    
```

Uusia vaatimuksia ja mahdollisuuksia!

10
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Internetin kehitys

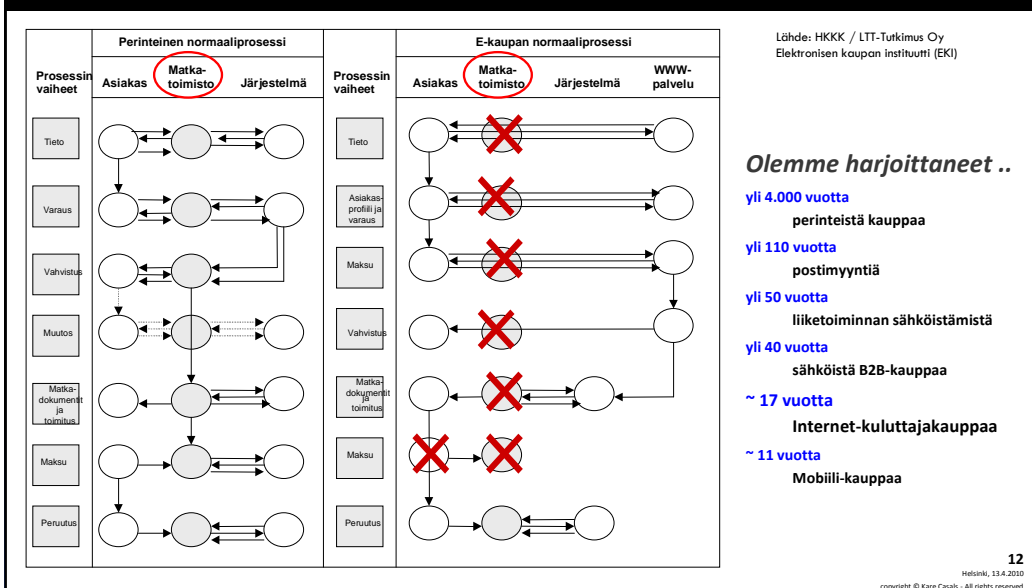
on jo muuttanut
yrittysten **toimintaympäristöä**

11

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Autokauppa, Matkatoimistoala..



12

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



*Internet **muuttaa**
Vähittäis- ja tukkukauppaa
yhtä dramaattisesti
kuin esimerkiksi Matkatoimistoalaa
- erityisesti pienissä markkina-alueissa*

13
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Kehityksen taustalla
Asiakkaiden tietoisuuden kasvu
tarjonnasta, välineistä ja
mahdollisuuksista → aktiivisuus

14
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Vuonna **1993** saapui 1. graafinen Internet-selain
- alkoi **Internet-aikakausi**

Vuonna **2010** Internet-käyttäjiä on jo
yli 2 miljardia
- **yli 25 %** maailman väestöstä

15

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved

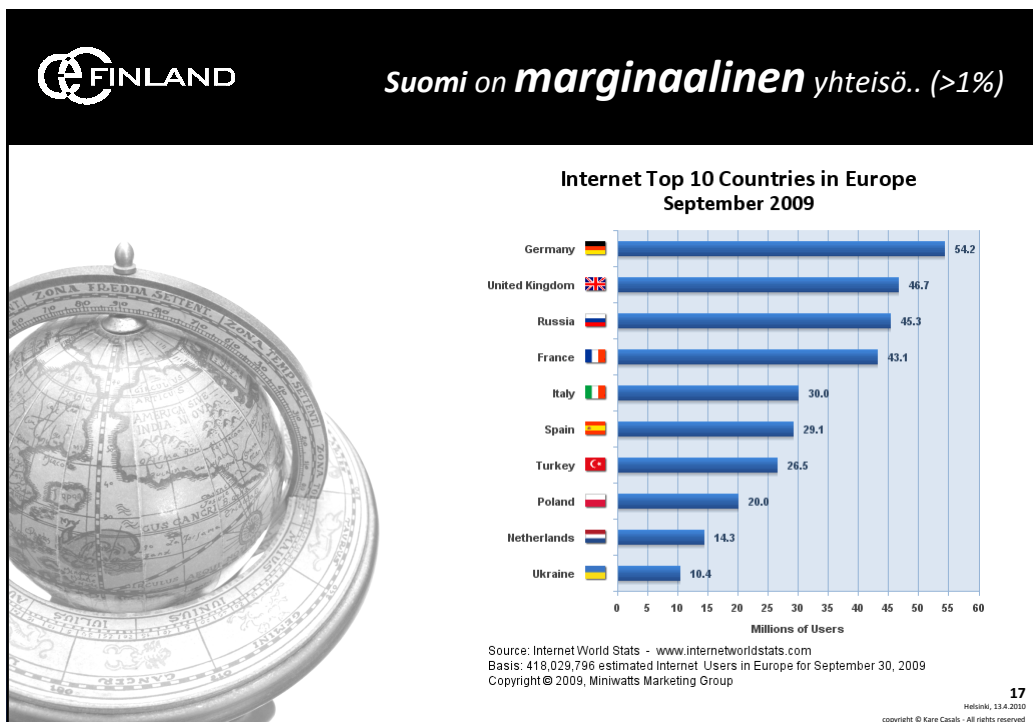
Internetkäyttäjien jakauma

	milj.käyttäjiä	penetraatio	osuus kaikista
→ Aasia	738,3	19,4 %	42,6 %
→ Euroopa	418,0	52,0 %	24,1 %
→ Pohjois-Ameriikka	252,9	74,2 %	14,6 %
→ Latinalainen Amerikka	179,0	30,5 %	10,3 %
→ Afrikka	67,4	6,8 %	3,9 %
→ Lähi-Itä	57,4	28,3 %	3,3 %
→ Austraalia ym.	21,0	60,4 %	1,2 %
→ SUOMI	3,6	84,0 %	0,1 %
KESKIARVO		25,6 %	

Lähde: Internet World Stats, Sep 2009

16

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



FINLAND

Internet

ARJEN työkalu
ja yhä useammin myös **liiketoiminnan** ja
vaikuttamisen väline

18
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Internet ja kauppa

Netti on jo **merkittävin**
ostopäätökseen vaikuttava väline

19
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved

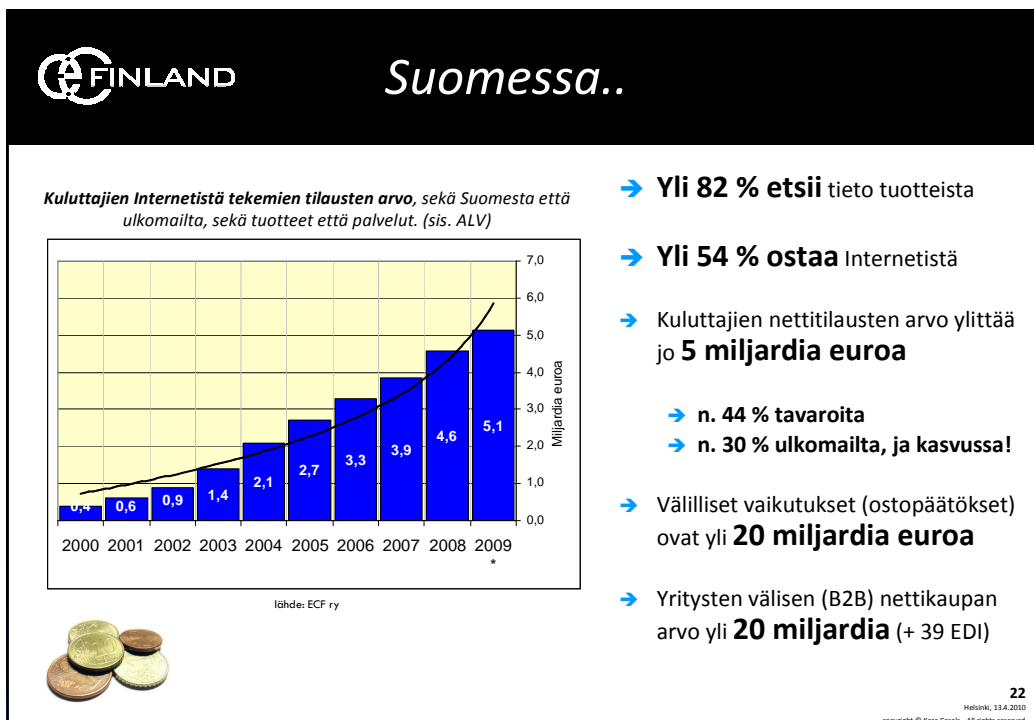
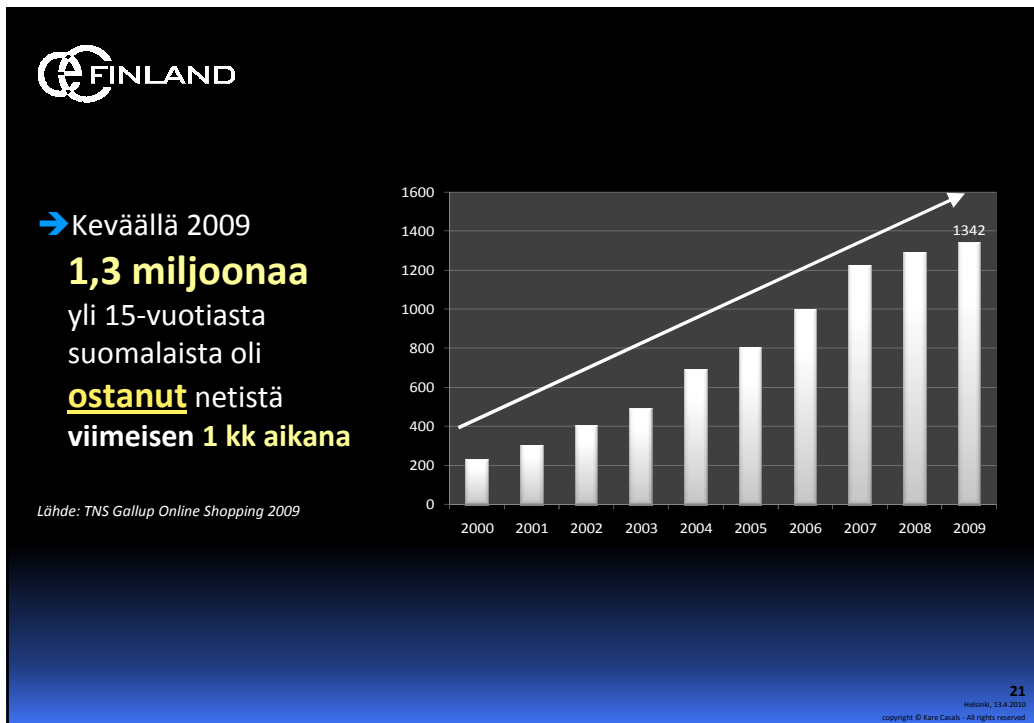


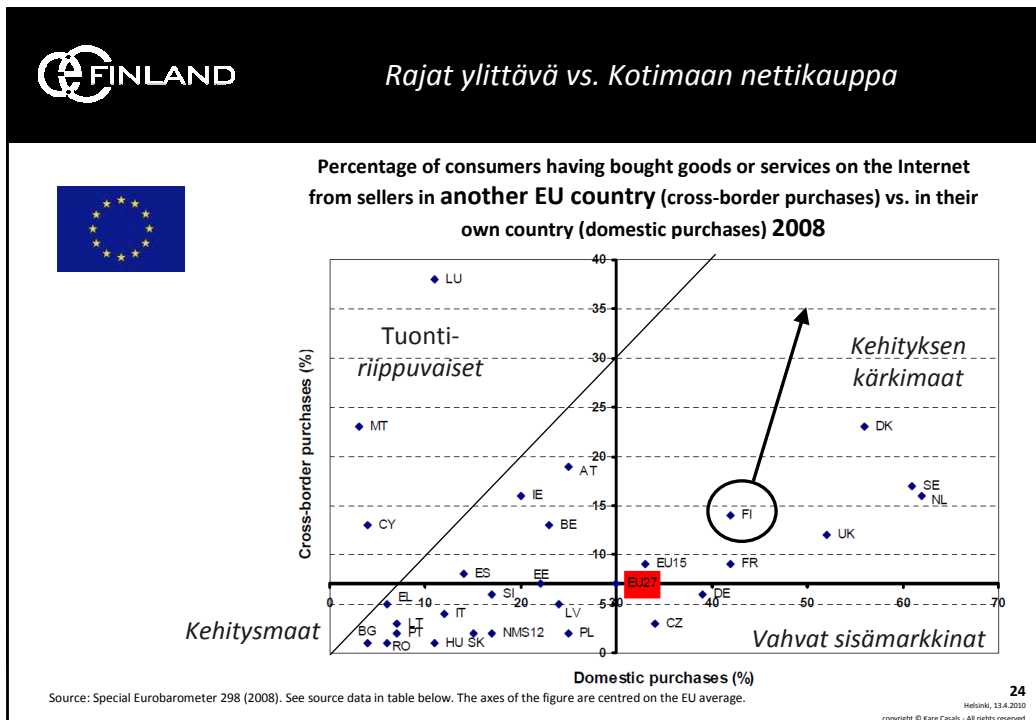
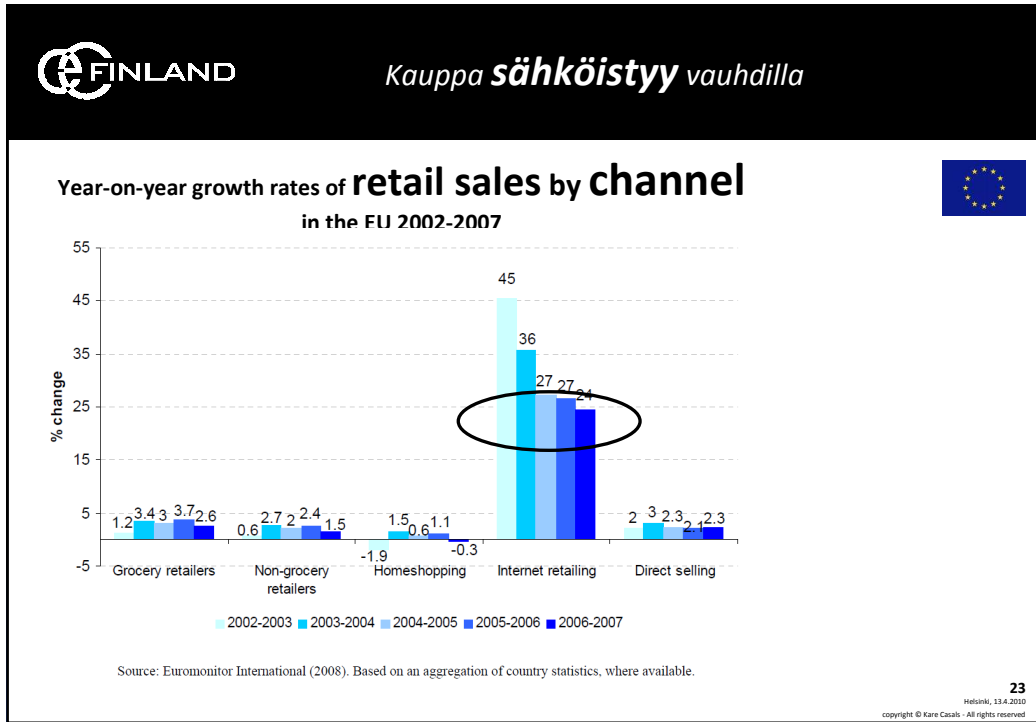
Yli 80 % tekee **ostopäätöksiä**
säännöllisesti

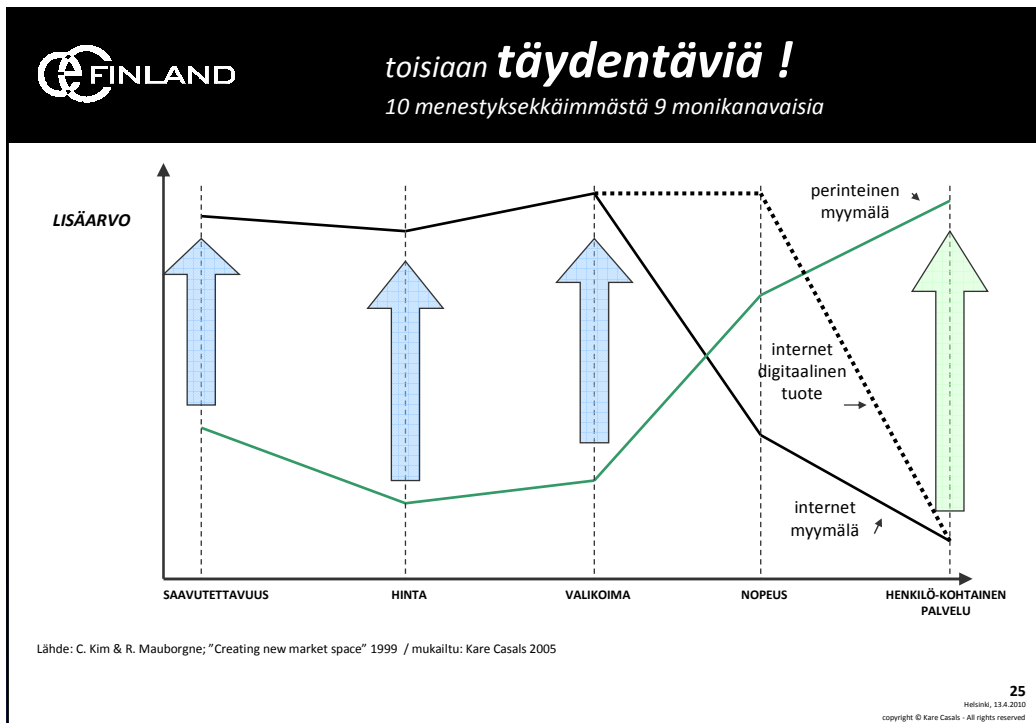
Yli 50 % ostaa
säännöllisesti



20
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved







FINLAND

Kauppan tulevaisuus on

Monikanavainen,
Yhteisöllinen, Vuorovaikutuksellinen,
Reaaliaikainen ja Paikkaan sidottua

26
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved.



Hyöty **kokonaisvaikutuksista!**
- monikanavaisten menestyksen salaisuus

Todelliset vaikutukset:

välittömistä

esim. suora internet-myynti

+

välillisistä

esim. ostopäätökset, itsepalveluaste
mainosarvo, brandimielikuva,
asiakastyytyväisyysaste ..



27

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved

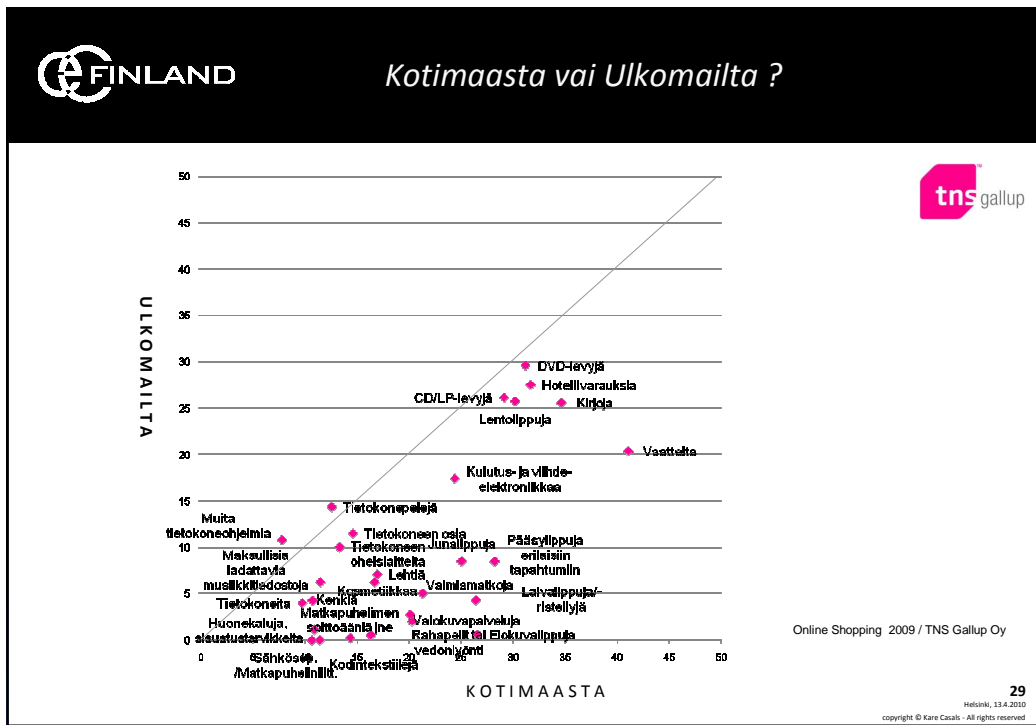


Mitä ostetaan ?

Kaikkeä!

28

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



FINLAND

Sosiaalinen media?

Vallan ja yhteisöllisen verkostotalouden väline!

30
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved.



Sosiaalinen Media

- *Yhteisöllisyys*
- *Vuorovaikutus*
- *Teknologia*

Muutosvoimina ihmisten..

- laiskuus
- ahneus
- mukavuuden haluisuus
- itsekkyyys
- kateellisuus
- pätemisen halu
- uteliaisuus
- turvallisuushakuisuus
- yhteenkuuluvuuden tarve

31
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Facebook



~ 430 miljoonaa käyttäjää

**Yli 70 %
USA:n ulkopuolelta**

<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

32
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Ei ainoastaan Facebookia!



Flickr, immmonica

33

Helsinki, 13.4.2010

copyright © Kare Casals - All rights reserved



Sosiaalinen Media on laajentunut jo kaikkeen



34

Helsinki, 13.4.2010

copyright © Kare Casals - All rights reserved



Miksi?

- 89 % pitää **yhteyttä** ystäviin
- 57 % käyttää **työvälineenä**
- 49 % tavoittelee **uusia** ystäviä

Lähde: Pew Internet & American Life Project's
December 2008 tracking survey (n=2,253)



Mitä tekevät?

- 64,5 % pitää **yhteyttä** ystäviin
- 39,5 % jakaa **valokuvia**
- 39,1 % etsii **vanhoja** ystäviä
- 17,9 % etsii **tarjouksia**
- 13,3 % etsii **tuotesuosituksia**
- 8,4 % seuraa **kauppiasta**
- 7,0 % antaa **arvioita**

Lähde: BIGresearch on behalf of NRF and Shop.org, June 2009 (n=4,034)

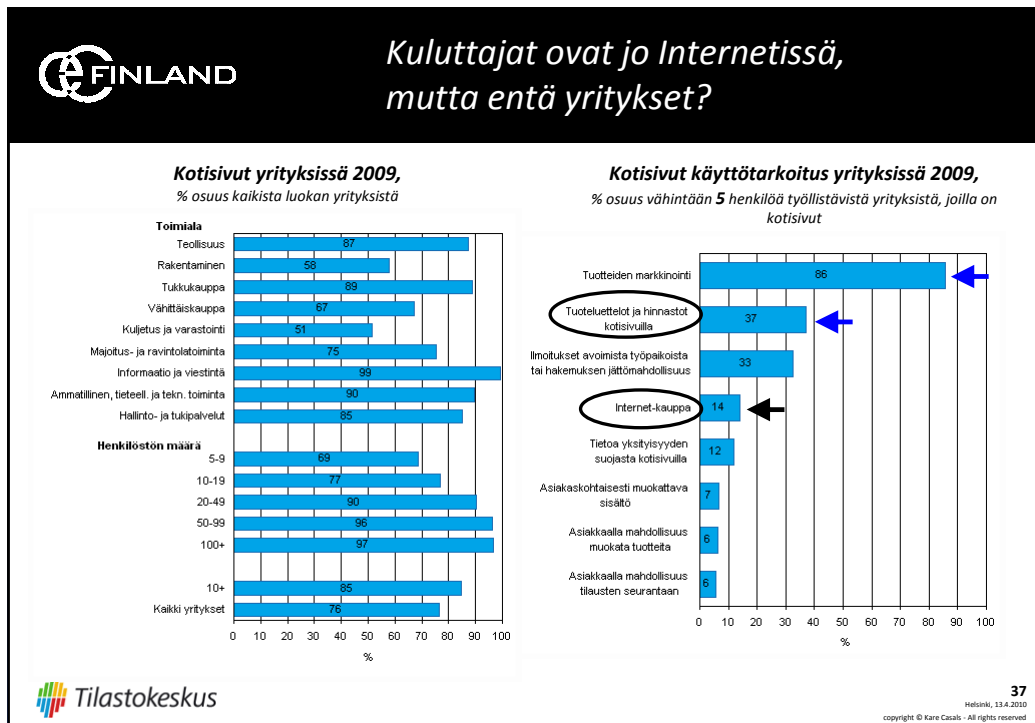
35
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Kuinka löydän menestystarinan?

Asiakaslähtöisestä Liiketoimintamallista ja Stategiasta

36
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved





*Internetin
menestyksen avaimet..*

ASIAKAS



39
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



*Ymmärrä ja huomioi **asiakas***

- Kysymys on **asiakkaiden odotusten täyttämisestä** – ja mielellään ylittämistä
- Asiakkaat odottavat saavansa kaikki tarvitsevansa palvelut **samasta kanavasta** – helposti
 - Jos palvelua on **vaikea käyttää** → *asiakas lähtee*
 - Jos palvelu **ei ilmaise** selkeästi mitä tarjotaan → *asiakas lähtee*
 - Jos asiakas **eksyy** → *asiakas lähtee*
 - Jos informaatio on vaikeasti ymmärrettävää tai **ei vastaa** kysymykseen → *asiakas lähtee*
 - Jos asiakas **ei löytä** tuotetta → *he ostavat sen muulta*
 - Jne..
- Asiakkailla on **runsaasti vaihtoehtoja** tarjolla **Internetissä !**

40
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



3 merkittävintä
menestystekijää yleisesti..

1. Asianmukainen **liiketoimintamalli**
2. Yrityksen **muutosvalmius**
3. Sisäinen **integroiintiaaste**

41
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



3 merkittävintä **menestystekijää**

Kuluttajakaupassa	Yritysten välisessä kaupassa
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tehokas markkinoinnin ohjaaminen/johtaminen 2. Houkutteleva Internet-palvelu (-kauppa) 3. Vahva asiakaslähtöisyys ja vuorovaikutukselliset asiakassuhteet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kumppaneiden valmius 2. Informaation integroiinti yrityksen sisällä ja toimitusketjussa 3. Sähköisen kaupan tietojärjestelmän eheys

42
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Kriittisiä tekijöitä pk-yrityksissä

- Tuote ja **tuotetieto**
- Korkea **näkyvyys** Internetissä (*brändi, raha tai uniikki tuote*)
- **Yhteisöllisyyden** hyödyntäminen internetissä
- Tehokas **varastonhallinta**
- Joustavat ja turvalliset **maksutavat**
- Alhaiset investoinnit
- Nopeat ja luotettavat **logistiikkapalvelut**
- Omistajien tuki ja **sitoutuminen**

43

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved

Suomen haasteena..

- **Yhteistyökulttuurin** puute
 - **haaskaamme** resursseja (aikaa, rahaa ja tieto-taitoa)
- Keskitymme **teknologiaan** sen business **hyödyntämisen** sijaan
- Olemme liian **vaatimattomia**
 - emme uskalla **markkinoida** ja myydä
- Keskitymme nimelliseen **”kustannustehokkuuteen”** muiden lisäarvojen sijaan
- Keskitymme **lyhyen ajan välittömiin** vaikutuksiin, emme **pidempiaikaisiin** ja **välillisiin**
- Emme **ymmärrä** **asiakkaitamme** emmekä oman toiminnan **vuorovaikutuksia**

44

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



*Verkkokauppa ym.
Netin kaupallinen toiminta on*

LIIKETOIMINTAA
- EI TEKNIKKAA

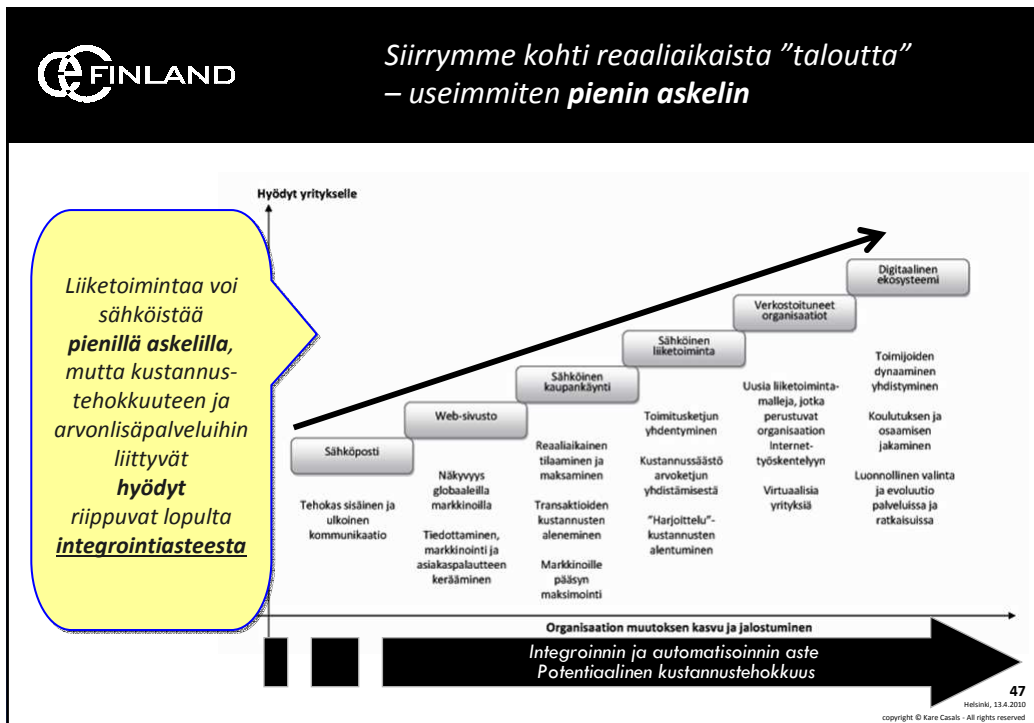
45
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Sosiaalinen Media on

VUOROVAIKUTUSTA
- EI TEKNIKKAA

46
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



FINLAND

Hypetys

tuo mukanaan myös *lieveilmiöitä* ym. nopean rahan metsästäjiä..

- vaadi kaikki kirjallisena ja lue aina pikkupräntti!

48
Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



Lopuksi

*Vastatkaamme kiristyvään
kilpailuun – yhdessä!*

49

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved



- ✓ Verkostoitumista
- ✓ Tiedonkeruuta ja -välitystä
- ✓ Seminaareja
- ✓ Asiantuntijatilaisuuksia
- ✓ Tiedotusta ja koulutusta
- ✓ Asiantuntemusta
- ✓ Edunvalvontaa
- ✓ Neuvontaa ja tukea

internet ***www.ecf.fi***

50

Helsinki, 13.4.2010
copyright © Kare Casals - All rights reserved

