

Sisällysluettelo

Esipuhe	5
1 Verkkokaupan merkitys kaupankäynnille	7
1.1 Mitä verkkokauppa on?	7
1.2 Verkkokaupan osuus vähittäiskaupasta	7
1.3 Verkkokaupan osuus BtoB-kaupasta	8
1.4 Ostokäyttäytyminen muuttuu	8
1.5 Muutokseen reagoiminen ja monikanavaisuus	9
1.6 Tiivistetysti verkkokaupan merkitys kaupankäynnille	11
2 Menestyminen verkkokaupassa	12
2.1 Verkkokaupan dilemma	12
2.2 Onnistumisen edellytykset oltava kunnossa.....	13
2.3 Eteneminen menestyksen portaita pitkin	14
2.4 Tiivistetysti verkkokaupan menestymisen avaimet	25
3 Miten verkkokauppa toimii?	26
3.1 Verkkokaupan edut kuluttajille.....	26
3.2 Verkkokaupan edut myyjälle.....	26
3.3 Verkkokaupan perusprosessit myyjälle	29
3.4 Verkkokaupan teknologia	31
3.5 Tiivistetysti, miten verkkokauppa toimii.....	32
4 Miten kauppa saadaan käymään?	33
4.1 Taktisilla keinoilla ei voi korjata strategisia virheitä	33
4.2 Verkkokaupan kasvulla neljä kulmakiveä	34
4.3 Tiivistetysti verkkokaupan markkinointipäällikön muistilista	42
5 Tutkimustietoa verkkokaupasta	43
5.1 Merkittävimmät muutokset edellisvuodesta	43
5.2 Verkkokaupan arvo Suomessa	43
5.3 Mitä verkkokaupoissa yleensä tehdään	44
5.4 Mitä kuluttajat verkkokaupoista ostavat	45
5.5 Ketkä ostavat verkkokaupoista	46
5.6 Mitä kuluttajat verkkokaupoissa arvostavat.....	47
6 Ajankohtaista verkkokaupasta	49
6.1 Sähköisen palvelun vaikutus asiakkuuteen	49
6.2 Kuulumisia rapakon takaa	49
7 Verkkokauppiaan huoneentaulu: Menestyksen TOP-10 ..	52
7.1 TOP-5, Tee näin	52
7.2 TOP-5, Vältä näitä	52
8 Smilehouse, verkkokaupan asiantuntijayritys	53
8.1 Smilehouse auttaa yrityksiä menestymään verkkokaupalla	53
8.2 Kirjoittajien esittelyt.....	54