

Verkkokauppiasselvitys 2010

Klarna Oy

Smilehouse Oy

Taustaa

- Tutkimus suoritettiin nettikyselynä 5.11. – 14.11.2010, siten että kohdehenkilöille lähetettiin kyselyn linkki sähköpostitse
- Yhteensä kyselyyn vastasi 169 henkilöä, joista
 - 95 % edustaa alle miljoonan liikevaihtoluokan verkkokauppayrityksiä
 - 100 % alle 20 henkilön yrityksiä ja 93 % yrityksiä, joiden markkina-alue on pääasiassa kotimaa
 - 75 %:lla rooli verkkokaupassa on kauppias ja 20 %:lla kaupasta vastaava johtaja
 - lähes puolet, 46 % edustaa nuoria alle 3 -vuotiaita verkkokauppoja, 3 – 4 -vuotiaita kauppoja 33 % ja 5 -vuotta tai vanhempia 21 %

Haasteita

Tutkimuksessa selvitettiin seuraaviin osa-alueisiin liittyviä haasteita

- Sivustoon/ohjelmistoon liittyvät haasteet
- Valikoiman suunnitteluun liittyvät haasteet
- Logistiikkaan ja varastointiin liittyvät haasteet
- Markkinointiin liittyvät haasteet
- Kansainvälisyyteen liittyvät haasteet
- Sekä muut haasteet
- Kysymyksiin vastattiin 3-portaisen asteikon avulla, ei aiheuta ongelmia, 3, aiheuttaa jonkin verran ongelmia, 2 ja aiheuttaa paljon ongelmia, 1

Haasteita

- Markkinointiin liittyvät haasteet koettiin kaikkein ongelmallisimpina, ka 1,90
- Seuraavana kansainvälisyyteen liittyvät haasteet, ka 2,06
- Sivustoon/ohjelmistoon liittyvät haasteet, ka 2,19
- Logistiikkaan ja varastointiin liittyvät haasteet, ka 2,39
- ”muista” haasteista ongelmallisimmaksi nousi verkostoituminen (muiden kauppiaiden kanssa kokemusten vaihtaminen ja niistä oppiminen), ka 2,17
- Vähiten ongelmia aiheuttaa valikoiman suunnitteluun liittyvät asiat, ka 2,53
- Seuraavissa taulukoissa % -määrä kertoo, kuinka monta prosenttia ilmoitti ko. asian aiheuttavan ongelmia, joko jonkin verran tai paljon

Markkinointiin liittyvät haasteet

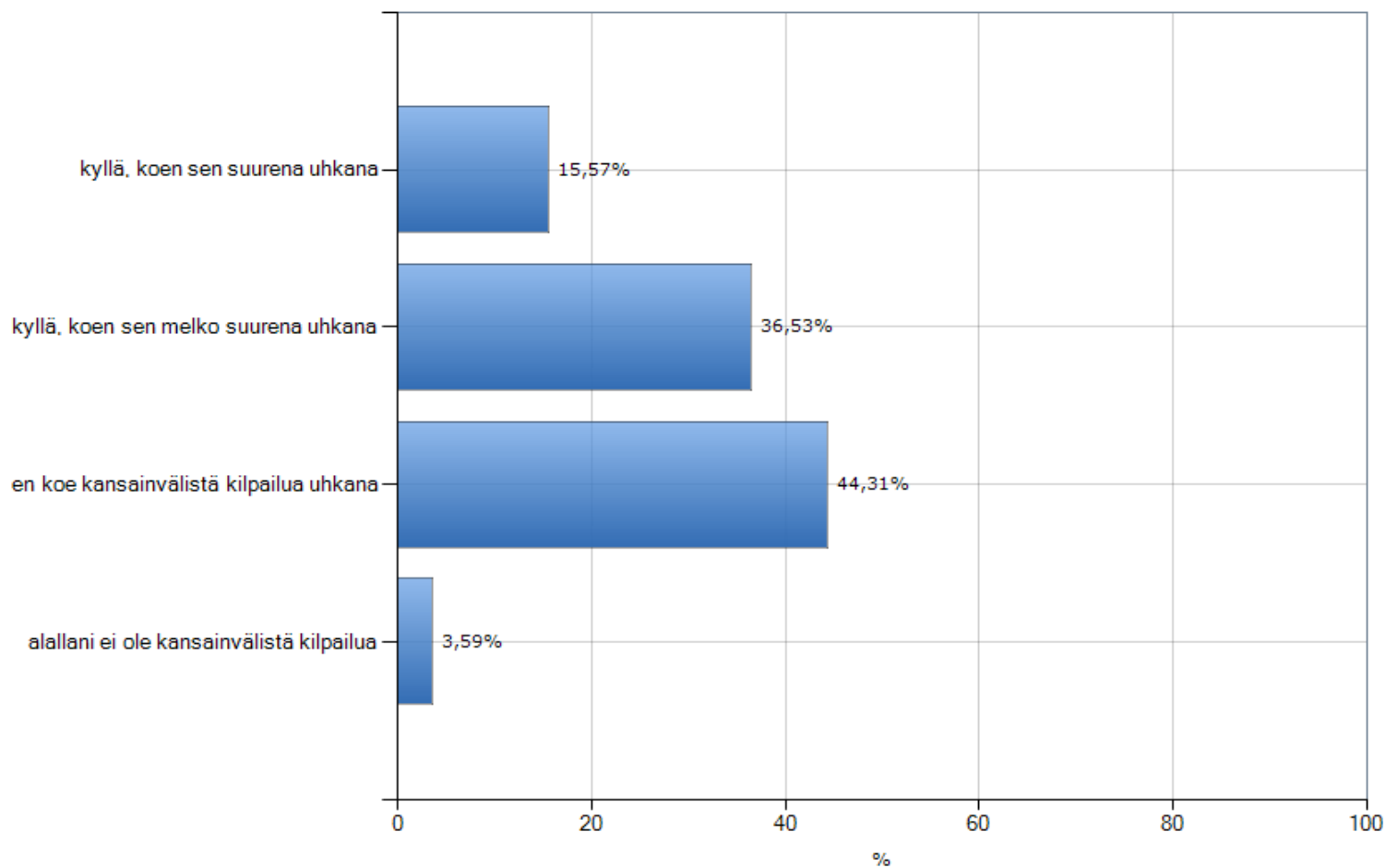
Aiheuttaa ongelmia, jonkin verran tai paljon

- Kaupan tunnettuuden lisääminen, 90 %
- Kaupan tunnetuksi tekeminen, 87 %
- Markkinointitoimenpiteiden tulosten mittaaminen, 81 %
- Markkinoinnin suunnittelu, 80 %
- Uusien markkinointikeinojen keksiminen, 80 %
- Markkinointikanavien valinta, 79 %

Vähemmän ongelmia aiheuttavat

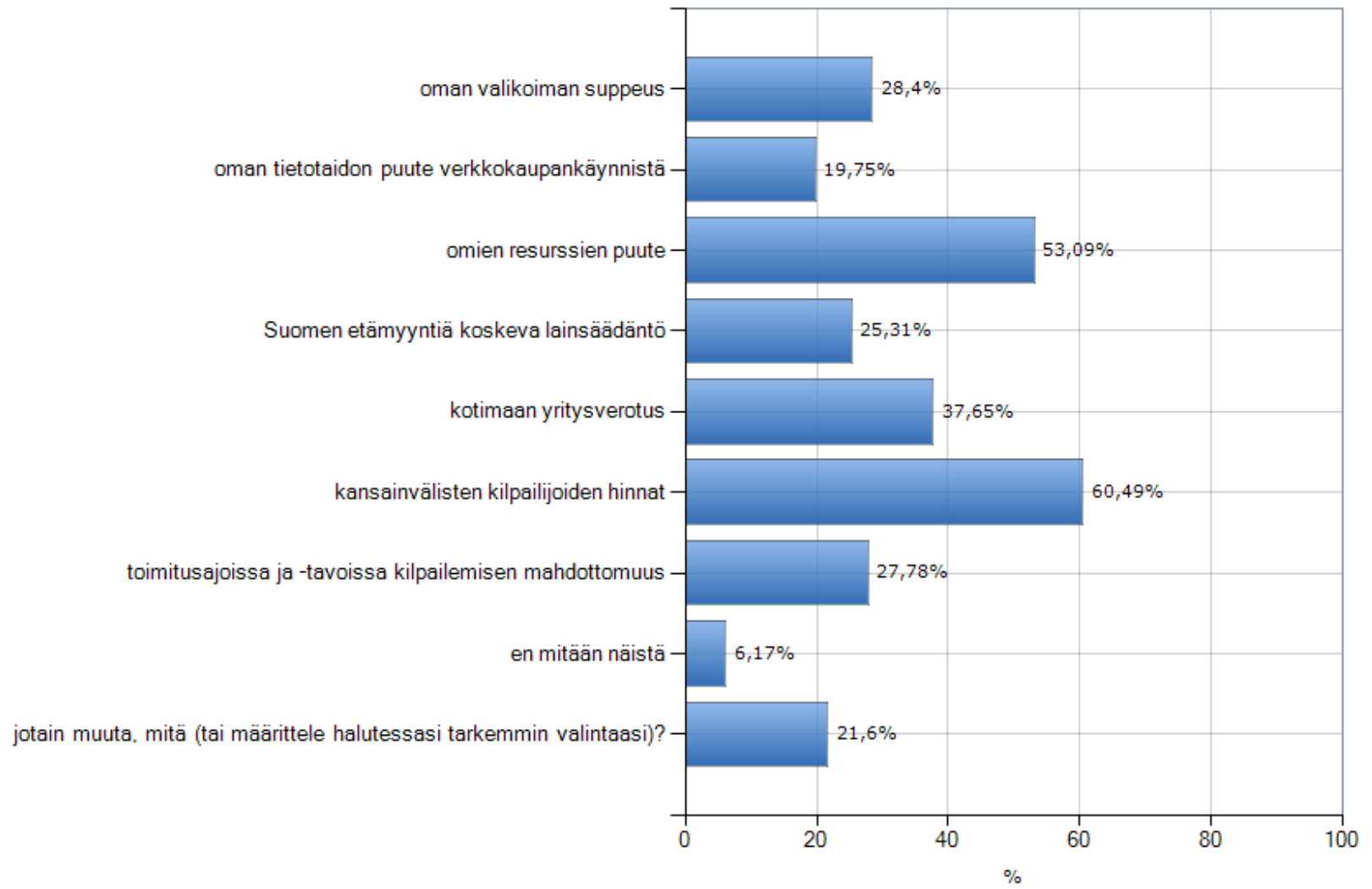
- Kaikki kysytyt asiat aiheuttavat ongelmia

Kansainvälisen kilpailun kokeminen uhkana



- 52 % vastanneista kokee kansainvälisen kilpailun uhkana

Esteitä pärjäämisessä kansainvälisille kilpailijoille



Sivustoon/ohjelmistoon liittyvät haasteet

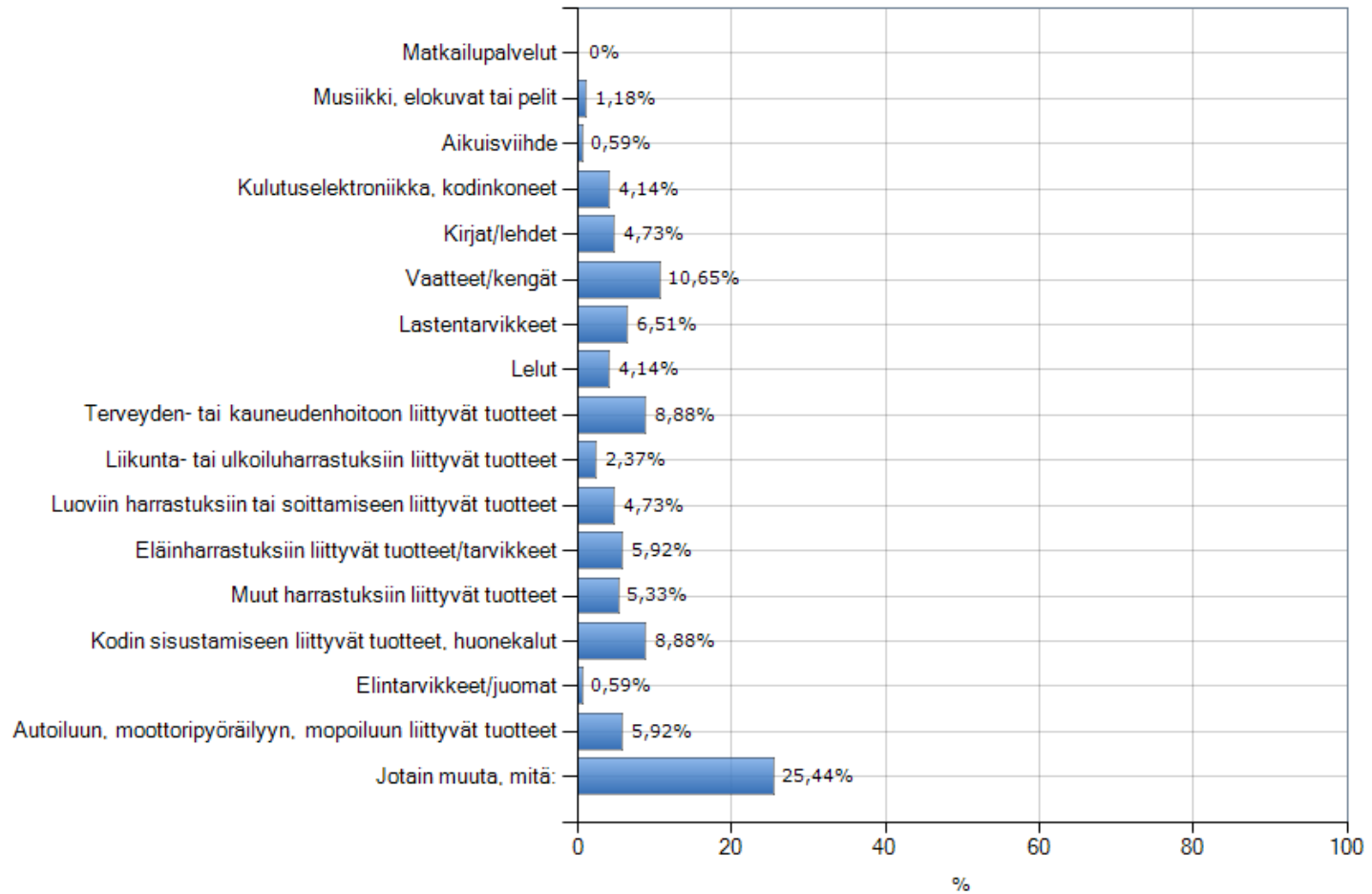
Aiheuttaa ongelmia, jonkin verran tai paljon

- Ohjelmiston tekniset rajoitteet ja räätälöitävyys, 78 %
- Oma tekninen osaaminen, 75 %
- Verkkokaupan käytettävyyden parantaminen, 71 %
- Analytiikka ja sen hyödyntäminen, 67 %
- Uusien palvelujen /ominaisuuksien käyttöönotto, 66 %
- Graafinen suunnittelu/sivuston ulkoasu, 65 %
- Teknisten ongelmien ratkaisemisen kesto ja kustannukset, 63 %

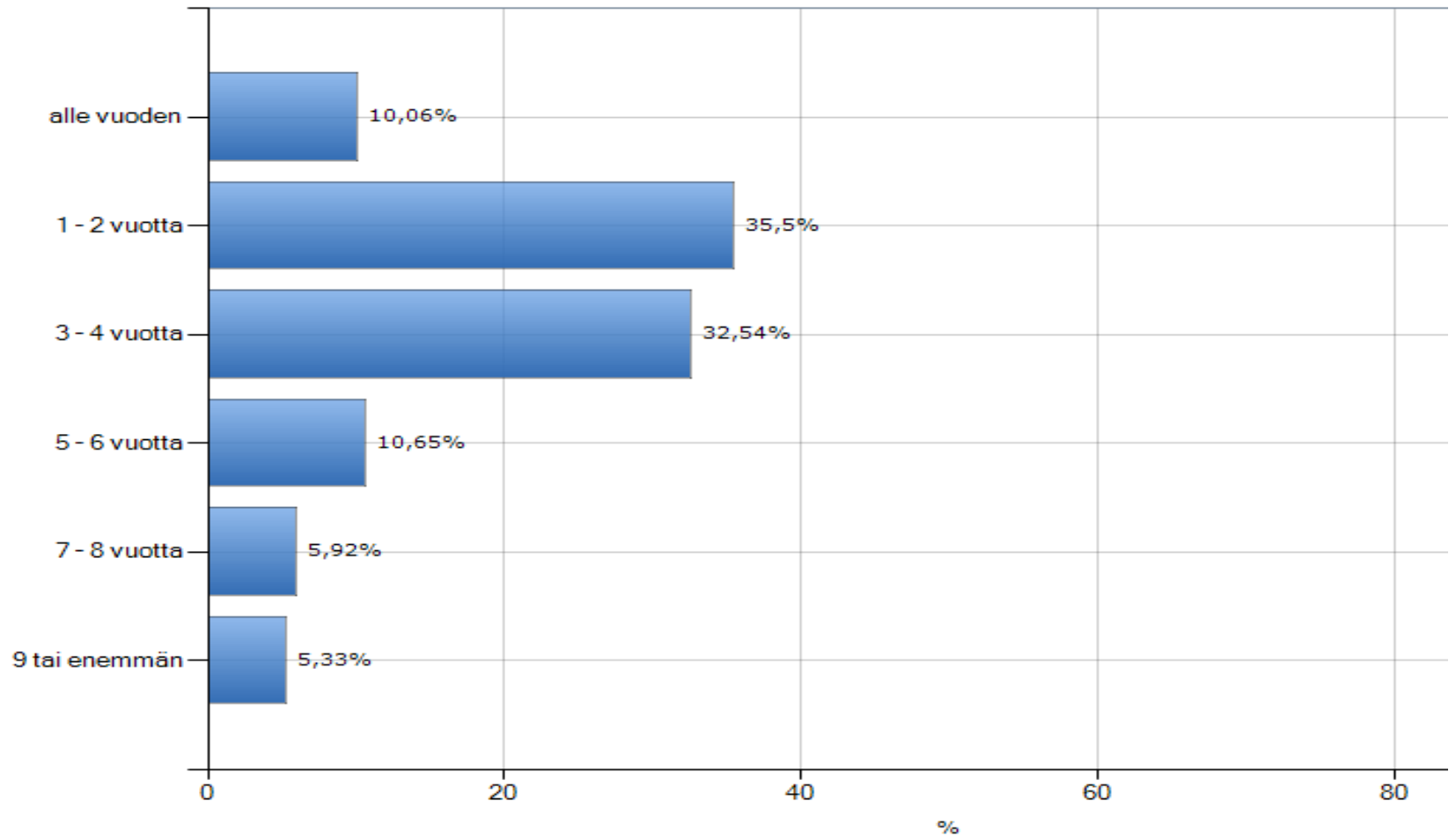
Vähemmän ongelmia aiheuttavat

- Teknisen tuen saaminen, 44 %
- Vaihtoehtoisten verkkokauppaohjelmistojen tunteminen, 56 %

Verkkokaupan toimiala



Verkkokaupan ikä



Roolisi verkkokaupassa

