



VIE B2B-LIIKETOIMINTASI VERKKOON

SISÄLLYS

- 03. NYKYAIKAINEN B2B-MAISEMA
- 04. VERKKOKAUPAN TUOMAT EDUT MYYJILLESII,
TOIMINNALLESI JA TYÖVOIMALLESII
- 06. PITKÄLLE KEHITTUNYT B2B-ASIAKASKOKEMUS
- 08. VERKKOON SIIRTYMINEN KÄYTÄNNÖSSÄ
- 12. SIIRTYMINEN KIVIJALASTA VERKKOKAUPPAYMPÄRISTÖÖN
- 14. MAGENTO – B2B-YRITYKSEN VALINTA
VERKKOLIIKETOIMINNAN ALUSTAKSII
- 15. JULKAISE NOPEASTI, LUO JATKUVAA LISÄARVOA

NYKYAIKAINEN B2B-MAISEMA

B2B-maailma käy läpi digitaalista vallankumousta. Perinteinen kuva B2B-myyjästä puuhailemassa printtikatalogien parissa, soittamassa puheluita, tien päällä kiertueilla, koputtelemassa oviin ja lähettämässä faxia, on mennyttä. Digitaaliseen liiketoimintaan on yksinkertaisesti pakko hypätä mukaan, jotta yritys voi vastata asiakkaiden odotuksiin ja pysyä kilpailukykyisenä 2020-luvulla.

Nykyajan B2B-asiakas ei eroa B2C-asiakkaasta. Aivan kuten kuluttaja-asiakkaatkin, B2B-ostajat hyödyntävät Amazonin kaltaisia verkkokauppoja sekä ovat tottuneet kitkattomaan ja suoraviivaiseen ostokokemukseen. Joten, kun he ostavat sinulta, he odottavat sen tapahtuvan yhtä mutkattomasti.

Moderni B2B-ostaja haluaa ostaa omilla ehdoillaan milloin, miten ja missä tahansa. He tarvitsevat joustavuutta ja itsenäisyyttä tehdäkseen hankinnan itselleen sopivalla tavalla. Puhutaan suoraan; kuinka moni meistä olisi niin kärsivällinen, että selaisimme ensin tuotekatalogin, soittaisimme asiakasvastaavalle tarkistaaksemme varastotilanteen, tekisimme tilauksen, soittelisimme sopiaksemme laskutuksesta ja sitten järjestäisimme aikaa hakeaksemme tuotteen? Ei moni. Ja sama koskee yritysasiakkaitasi. He haluavat tehdä tilauksen muutamalla klikkauksella – samalla tavalla kuin he ostavat muistakin verkkokaupoista.

Vaikka saattaa tuntua pelottavalta, että B2B-maailma on muuttunut ja samalla myös asiakkaiden odotukset, verkkokauppa on keihäänkärkenä ja apuna viemässä tätä muutosta läpi organisaatiossa.

Ymmärrämme, että verkkoliiketoiminnan tavoitteesi ovat yksilöllisiä ja riippuvat toimialastasi sekä digitaalisesta valmiusasteestasi. Joten olit sitten vasta-alkaja B2B-verkkokaupassa, oli sinulla online-katalogi tai jo ostamisen mahdollistava sivusto, käymme läpi kuinka voit hyödyntää verkon mahdollisuuksia matkalla kohti omia liiketoimintatavoitteitasi. Tässä kirjassa tarjoamme käytännön neuvoja, joiden avulla B2B-yrityksesi voi menestyä verkkokaupassa.

B2B-verkkokauppaan soveltuvalla alustalla voit poistaa esteet, joita B2B-ostajat ovat perinteisesti joutuneet kohtaamaan. Samaan aikaan voit hyödyntää yrityksille tarkoitettuja toiminnallisuuksia, jotka antavat asiakkaillesi täyden kontrollin heidän omaan asiakastiliinsä, tilauksiin, maksuihin ja kuljetuksiin.



VERKKOKAUPAN TUOMAT EDUT MYYJILLESII, TOIMINNALLESI JA TYÖVOIMALLESII

Ymmärrämme, että eteesi tuodaan jatkuvasti uusia haasteita. Yksi suurimmista on ehkä teknologian jatkuva kehitys, jossa yrityksesi yrittää pysyä mukana. Lisäksi sinulla on monta palloa ilmassa: budjetit, lakimuutokset, rekrytointi, taloudellinen epävarmuus, COVID-19 ja muutoksen johtaminen. Ja jos siinä ei ollut vielä tarpeeksi, on tietysti myös myynnin kasvattaminen, nykyisten asiakkaiden säilyttäminen ja tietenkin se mihin kaikki tämä tähtää: tuloksen kasvattaminen.

Voi olla houkuttelevaa ajatella, että verkkokauppa on B2B-yritykselle vain myynnin kanava — mutta se on paljon muutakin. Kyllä, se todellakin auttaa parantamaan konversioita, myyntiä ja asiakasuskollisuutta. Mutta se myös muuttaa yrityksen liiketoiminnan tehokkuuden kokonaisuudessaan säästämällä aikaa ja pienentämällä kuluja. Tässä muutama keskeinen hyöty, jotka voit saavuttaa ottamalla käyttöön verkkokauppa-alustan.

01 VAUHDITA TILAUSTEN KÄSITTELYÄ

Ilman sitä luksusta, jota B2B-portaali tuo mukanaan, työntekijöidesi täytyy jakaa huomionsa moniin eri järjestelmiin ja prosesseihin. Miten tällä hetkellä hallinnoitte varastotietoja, toimituksia, tuotannon kuvauksia ja asiakastietoja? Jos edellä mainitut sijaitsevat eri paikoissa, se heikentää työntekijöiden tuottavuutta, kun he kamppailevat ristiriitaisten järjestelmien kanssa ja odottavat työtovereidensa päivityksiä. Verkkokauppa-alustan avulla poistat nämä manuaaliset vaiheet ja nopeutat samalla tilausten käsittelyä.

03 AVOIMET OVET, AINA

Liiketoiminnan siirtäminen verkkoon tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden ostaa 24/7/365. Miksi asiakkaan pitäisikään odottaa myyjän tapaamiseen asti, kun samassa ajassa tuote voi olla jo matkalla hänelle päin? Yrityksen näkökulmasta taas henkilöstö saa välittömän pääsyn laskuihin, palautusvaltuuksiin (RMA) ja asiakasdataan. Verkkokauppa-alusta toimiikin reaaliaikaisesti päivittyvänä datakeskuksena, jonka avulla asiakkaalle voidaan tarjota saumaton kokemus sekä heidän kaipaamaansa yksilöllistä palvelua.

02 PIENENNÄ TILAUSTEN KÄSITTELYKULUJA

Verkkokauppa-alusta voi pienentää kuluja välittömästi mahdollistamalla itsepalvelun tilauksen teossa ja tarjouspyyntöjen hallinnassa sekä avustetun ostamisen kautta. Lisäksi digitaaliseen portaalin käyttöönotto vähentää manuaalisessa työssä esiintyviä virheitä. Tätä kautta säästätte aikaa, resursseja ja pienennätte kustannuksia.



04 PARANNA VARASTONHALLINTAASI

Kuvitellaanpa hypoteettinen tilanne. että otat vastaan asiakkaan tilauksen ja lähetät tiedon varastolle. Sitten huomaat muutaman päivän kuluttua, että tuotetta ei olekaan varastossa tai että asiakkaalle on lähetetty väärä tuote. Sen lisäksi, että aikaa on mennyt hukkaan, asiakkaalle on jäänyt huono kokemus Ajantasainen ja reaaliaikainen tieto käden ulottuvilla parantaa toiminnan tehokkuutta ja vähentää kustannuksia toimitusketjussasi. Ja korkeammalla tasolla ajateltuna, voit hyödyntää reaaliaikaisten tuotetietojen saatavuutta vastataksesi nopeasti markkinoiden muutoksiin ja suunnitellaksesi tehokkaammin tulevaisuutta.

05 VOIMAANNUTA HENKILÖSTÖSI

Vanhoiden järjestelmien kanssa toimivien työntekijöiden on käytettävä huomattavan paljon aikaa manuaalisten tehtävien suorittamiseen, vaikka heidän taitojaan voitaisiin hyödyntää paremmin muualla. Kun siirryt verkkoon, voit jättää vähäpätöiset tehtävät verkkokauppa-alustan automaation huomaan, jolloin työntekijäsi voivat kasvattaa liiketoimintaa muilla alueilla. Verkkokauppasivuston ominaisuuksien avulla heillä on keinoja ja tietoja, joiden avulla tarjota asiakkaille parempaa palvelutasoa. Olemme nähneet omakohtaisesti kuinka tämä voi vahvistaa henkilöstöäsi: lisää heidän työtyytyväisyyttään sekä itseluottamustaan.

06 VÄHENNÄ TEHOTTOMUUTTA JA VIRHEITÄ

Vankka verkkokauppa-alusta voi vähentää merkittävästi tilaukseen liittyviä virheitä. Kun loppukäyttäjä tekee tilauksen itse online-järjestelmän kautta, vältetään ne virheet, joita saattaa esiintyä kun tilaus otetaan vastaan sähköpostilla, puhelimella tai faksilla. Olipa työvoimasi kuinka osaavaa tahansa, virheitä sattuu – työntekijäsi ovat loppujen lopuksi vain ihmisiä. Miksi siis pelata uhkapeliä inhimillisten erehdysten kanssa, kun verkkokauppa-alusta voi huolehtia samoista tehtävistä täsmällisesti ja reaaliajassa?

07 SKAALAA VAUHDILLA

Yrityksen kasvattaminen ja sen laajentuminen – oli se sitten maantieteellisesti tai toimialojen välillä – on jokaisen liiketoimintastrategian listalla. Mutta todellisuutta on myös se, että yrityksen laajentaminen voi tuntua pelottavalta, riskialttiilta ja joissain tapauksissa epärealistiselta. Sähköisen kaupankäynnin alustan toiminnallisuudet mahdollistavat kuitenkin skaalautuvuuden tehokkuussäästöjen ansiosta. Tilaustenhallinnasta tuotetietojen hallintaan ja liiketoimintatiedoista sisällönhallintaan – digitaalisen kaupankäynnin alustan erilaiset työkalut voivat kasvattaa tuloja eksponentiaalisesti ilman, että kustannukset kasvavat samaa tahtia.

HYÖDYT JAKELIJOILLE	HYÖDYT VALMISTAJILLE
Vähennä tilauksen käsittelykuluja	Tuo uusia tuotteita markkinoille nopeasti
Tarkka, reaaliaikainen varastotilanne	Anna asiakkaille välitön pääsy tuotetietoihin, varastoon ja toimituskuluihin
Pääset helposti käsiksi valmistajien tuotetietoihin ja asiakashinnoitteluun	Automatisoi hankintaprosessit
Yksinkertaista ja normalisoi hinnoitteluajataulusi ja säästä aikaa	Myy suoraan kuluttajille (D2C) ja rakenna samalla brändiäsi ja yleisöäsi
Hyödynnä henkilöstön osaaminen lisäarvoa tuottaviin tehtäviin (automaation ansiosta)	Vapauta myyntiedustajien aikaa strategisempiin tehtäviin, kuten uuteen liiketoimintaan
Päihitä kilpailijasi	Päihitä kilpailijasi

PITKÄLLE KEHITTYNYT B2B-ASIAKASKOKEMUS

“

90 % B2B-ostajista tekee verkossa tutkimusta ennen ostopäätöstä, ja 84 % tekee toistuvia ostoksia mieluummin netissä olevien kanavien kautta niiden ominaisuuksien ja mukavuuden vuoksi.

THE COMING SHAKEOUT IN DIGITAL DISTRIBUTION

Ottaen huomioon nykyajan asiakkaan odotukset, verkkokauppa on ehdoton minimi, jos haluaa olla kilpailussa mukana. Tässä 5 tapaa, joilla digitaalinen läsnäolo hyödyttää sekä nykyisiä että potentiaalisia asiakkaita.

01 UUELLEEN MÄÄRITELTY ASIAKASPALVELU

Verkkoon siirtyminen nostaa asiakkaiden saamat hyödyt välittömästi pilviin. Kun kaikki asiakkaasi tarvitsema on heidän ulottuvillaan digitaalisen alustan kautta (reaaliaikaiset tuotetiedot, tilaushistoria, tilitiedot, maksu-/toimitustiedot), heidän ei tarvitse edes esittää suurta osaa yleensä askarruttavista kysymyksistä. Asiakkaat eivät siis enää turhaudu joutuessaan odottamaan vastauksia tai päivityksiä tilauksistaan. Verkkokauppa-alusta antaa asiakkaillesi autonomian ja vapauden, jota nykyaikaiset B2B-asiakkaat ovat tottuneet odottamaan.

02

HELPPO TILAUSTEN TEKEMINEN

Asiakaspalvelussa näkyvien parannusten lisäksi asiakkaasi kiittävät sinua siitä, kuinka helppoa tilausten tekeminen on digitaalisen alustan kautta. He voivat hallita tilauksiaan milloin ja missä haluavat, ja lisäksi he voivat tehdä toistuvia tilauksia. Asiakkaat haluavat joustavuutta ja monipuolisuutta tilausten tekemisen, ja verkkokaupan avulla sinä voit tarjota heille juuri sitä.

03

POISTA AIKARAJOTTEET

B2B-asiakkaasi ovat kiireisiä ihmisiä. Siksi mahdollisuus asioida kaupassasi perinteisten aukioloaikojen ulkopuolella on heille valtava bonus. He voivat olla yhteydessä kauppaasi sellaiseen aikaan päivästä, joka sopii heidän omiin aikatauluihinsa. Sen lisäksi, että asiakkaasi arvostavat helppoutta, yrityksesi hyötyy siitä, että sillä on myymälästä, joka on aina avoin ja tavoitettavissa yleisöille kaikkialla maailmassa.



04

B2B-HAKUKYSELYT

[Google/BCG havaitsi tutkimuksessaan](#), että puolet B2B-hakukyselyistä tehtiin älypuhelimella vuonna 2017, ja määrä on ollut jatkuvasti kasvussa. Koska B2B-hakujen tekeminen verkossa on tähän mennessä korkeimmalla tasolla, on erittäin tärkeää tarjota mahdollisille ostajille kaikki tiedot, joita he tarvitsevat ostopäätöksen tekemiseen. Jos et ole verkossa, et ole asiakkaide silmissä olemassa.

05

TURVALLINEN KASSA

Kukaan ei pidä arvaamattomuudesta, etenkin kun kyse on kassatapahtumasta. [Tutkimuksen mukaan](#), 74 % B2B-asiakkaista kertoi, että he vaihtaisivat hyvin todennäköisesti tuotemerkkiä, jos he kohtaisivat vaikean osto- tai kassaprosessin. On siis tärkeää tarjota asiakkaille mahdollisimman helppo ja saumaton ostokokemus. Verkkokaupan maksuyhdyskäytävän integrointi herättää asiakkaidesi luottamuksen, sillä he tietävät, että voivat kirjautua ja maksaa turvallisesti sivustollasi.

VERKKOON SIIRTYMINEN KÄYTÄNNÖSSÄ

Jos olet B2B-yrityksen omistaja, jolla ei ole (tai on rajoitetusti) digitaalista läsnäoloa, tiedät, että sähköinen kaupankäynti on välttämätöntä COVID-19:n jälkeisessä maailmassa. Mutta "sähköisen kaupankäynnin alusta" voi olla hämmentävä termi ja voi olla vaikea tietää, mitä "siirtyminen verkkoon" käytännössä tarkoittaa. Se vaihtelee digitaalisen kypsyyden mukaan.

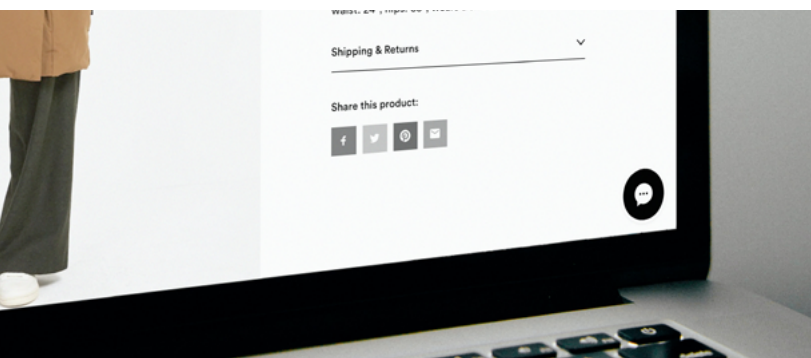


JOS SINULLA EI OLE LAINKAAN LÄSNÄOLOA VERKOSSA

Tässä tapauksessa kaikki ominaisuudet sisältävän verkkokauppakaupan visualisointi voi tuntua ahdistavalta. On tärkeää huomata, että kaikkea ei kuitenkaan tarvitse tehdä kerralla. Rakennuspalikka-tyylinen lähestymistapa on nykyaikainen keino aloittaa digitaalinen liiketoiminta.

Ottamalla käyttöön MVP-strategian (Minimum Viable Product, pienin julkaisukelpoinen tuote) voit ensin sitoutua yhteen vaiheeseen ja siirtyä vasta sitten seuraavaan rakentaen vankan B2B-verkkokaupan perustan palanen kerrallaan. Ensimmäinen askel voi olla lisätä pelkkä tuoteluettelo verkkoon. Se ei ehkä kuulosta paljolta, mutta tämä on valtava ensimmäinen askel, koska asiakkaat saavat kaikki tuotetiedot, joita he tarvitsevat tutkiakseen tuotteita silloin, kun se heille sopii.

Verkkokauppamuotoisen tuoteluettelon avulla voit esitellä tuotteitasi monipuolisilla tuotetiedoilla luodaksesi kiinnostavampia asiakaskokemuksia. Tämä ei ainoastaan vahvista brändiäsi, vaan tekee tuotteiden etsimisestä ja löytämisestä nautinnollista sen sijaan, että se olisi tylsää työntekoa. Tämä tarkoittaa suhteiden syventämistä nykyisiin asiakkaisiisi ja yrityksesi avaamista kokonaan uusille mahdollisille asiakkaille, jotka voivat nyt löytää sinut verkosta.



Kuvittele kuinka helppoa on jakaa yksi verkkosivun osoite kontakteillesi 500-sivuisen painetun luettelon sijaan...

JOS SINULLA ON ONLINE-TUOTELUETTELO

Tuoteluettelosi on verkossa ja asiakkaat hyötyvät siitä, että he pääsevät helposti käsiksi tuotetietoihin, mutta mitä seuraavaksi? Voit jatkaa luettelosivustosi toiminnallisuuksien rakentamista ja optimointia erilaisten verkkokauppaominaisuuksien avulla. Katsotaanpa tarkemmin:

- **SIVUSTOHAKU**

Sivustohaun integroinnin avulla annat asiakkaille autonomian löytää juuri sen, mitä he haluavat, milloin he haluavat. B2B-yrityksillä on tyypillisesti laajat ja monimutkaiset tuoteluettelot. Siksi on erittäin tärkeää, että asiakkaasi löytävät etsimänsä välittömästi ilman, että heidän tarvitsee selata eri sivuja ja suodattimia. Verkkokauppa-alustan kautta asiakkaasi hyötyvät tekoälypohjaisesta sivustohausta, jossa on toimintoja kuten monipuolinen automaattinen täydennys, luonnollisen kielen käsittely (NLP, Natural Language Processing) ja trendaavat haut – nämä kaikki auttavat asiakkaitasi heidän ostopolullaan.

- **PERSONOI ASIAKKAAN KOKEMUS**

Mukauta asiakkaidesi kokemusta näyttämällä juuri heille suositeltuja ja/ tai korvaavia tuotteita. Yksi koko sopii kaikille -lähestymistapa ei yksinkertaisesti toimi nykyaikaiselle asiakkaalle. B2B-asiakkaat haluavat kokea henkilökohtaista vuorovaikutusta sivustollesi, aivan kuten he saisivat Amazonilla tai muilla B2C-sivustoilla. Personoinnista on tullut keskeinen erottava tekijä yrityksille kaikkialla maailmassa, ja verkkokaupan kautta voit tarjota asiakkaille personoituja kokemuksia. Hyödyntämällä dataa et vain rakenna mielekkäämpiä suhteita asiakkaiden kanssa, vaan lisäät sitoutumista ja samalla maksimoit tuottopotentiaalisi.

- **MEDIAN LISÄÄMINEN**

Median lisääminen luettelosi antaa asiakkaille lisätietoja ja antaa heille paremman valmiuden tehdä ostopäätös. Media voi olla esimerkiksi videoita, kuvia, yksityiskohtaisia teknisiä tietoja tai käyttäjien arvosteluja. Näiden avulla voit muuttaa yksinkertaisen tuotekuvauksen paljon konkreettisemmaksi sisällöksi, jolloin asiakkaan on helpompi visualisoida tuote edessään. Tämä auttaa rakentamaan luottamusta asiakkaiden silmissä ja mikä tärkeintä, säästää asiakkaitasi aikaa ja vaivaa.

- **KASSAN INTEGROINTI**

Ota kassaintegraatio käyttöön, jotta asiakkaasi voivat tehdä ostoksia ilman, että heidän tarvitsee poistua tuoteluettelosta. Vanha tapa tehdä B2B-ostoja on työläs ja hidas. Nykyään kukaan ei halua tuotteen löytämisen jälkeen odottaa seuraavaan päivään ostaakseen sen. Kassaintegraation ansiosta asiakkaasi voivat maksaa haluamallaan tavalla ja milloin tahansa. Integraatiosta riippuen asiakkaat voivat hyötyä myös toimituksen jälkeisistä maksuvaihtoehdoista, osamaksuista ja toistuvista maksuista – kaikki käytettävissä saumattomasti pöytäkoneen tai sovelluksen kautta.

- **PONNAHDUSIKKUNA (POP UP)**

Kerää liidejä ja kasvata tietokantaasi ponnahdusikkunoiden avulla. Tuoteluetteloasi selaavalla asiakkaalla ei välttämättä aina ole aikaa (tai mahdollisuutta) ottaa sinuun yhteyttä saadakseen lisätietoja. Lisäämällä pop up -ikkunoita luetteloosi voit ennakoida huolenaiheita ja ohjata asiakkaat sivustosi muihin osiin. Pop up voi käsitellä esimerkiksi tuotetietoja, aiheeseen liittyvää sisältöä tai toimitusvaihtoehtoja, mutta olipa se mitä tahansa, interaktiivinen luettelo lisää sitoutumista ja auttaa asiakkaita eteenpäin ostomatkan seuraavaan vaiheeseen.

- **SEURANTA JA ANALYTIikka**

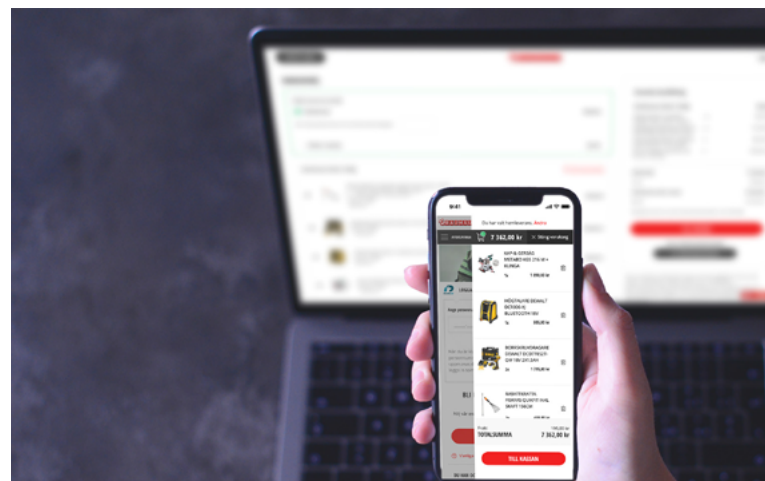
Seurannan ja analytiikan avulla voit optimoida markkinointistrategiasi, jotta voit tarjota enemmän arvoa asiakkaille. Ottamalla käyttöön jonkinlaisen seurannan muutat staattisen tuoteluettelon joksikin paljon arvokkaammaksi. Keräämällä tietoja siitä, miten asiakkaasi ovat vuorovaikutuksessa yrityksesi ja tuotteidesi kanssa, sinulla on paremmat mahdollisuudet hienosäätää asiakaskokemusta. Ja analysoimalla asiakkaiden käyttäytymistä voit tehdä strategisia päätöksiä rakentaaksesi ja ylläpitääksesi suhteita asiakkaidesi kanssa pitkällä aikavälillä.



Seuraavassa vaiheessa voit lähteä rakentamaan itsepalvelu-B2B-portaalia, johon ostajat voivat kirjautua sisään hallitakseen seuraavia:

- Yritysprofiili
- Hankintarakenteet
- Käyttäjien roolit
- Laskut
- Tilaukset
- Rääätälöidyt luettelot
- Tilausluettelot

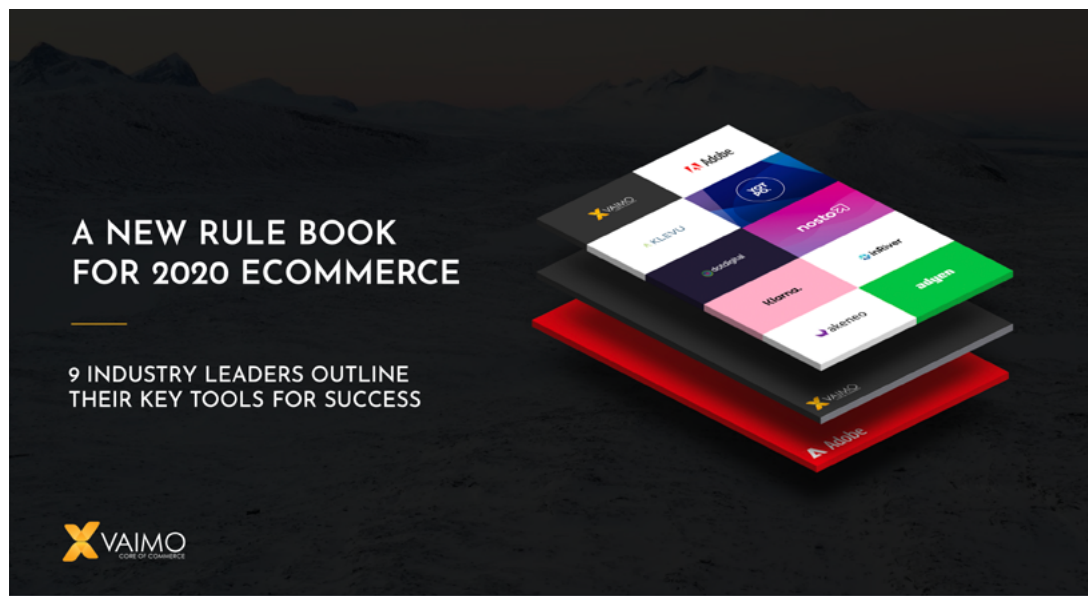
Otetaan esimerkiksi asiakkaamme BAUHAUS. Heidän B2B-portaalinsa tarjoaa päätilin, johon voi yhdistää alitilejä. Tilin omistaja voi hallinnoida työntekijöitä ja valvoa heidän yksilöllisiä maksuvaihtoehtojaan. Tilin omistaja hallitsee myös sitä, kuinka paljon luottoa on jäljellä koko tilille. B2B-asiakasportaali on täysin räätälöity ja API-istuntopohjainen, siinä on valikoidut maksuvaihtoehdot ja BAUHAUS-luottokortti, joka on saatavilla vain B2B-asiakkaille.



JOS MYYT VERKOSSA JA OSTAJILLA ON MAHDOLLISUUS KIRJAUTUA

Nyt on optimoinnin aika. Asiakkaasi voivat ehkä tehdä kaiken, mitä heidän tarvitsee tehdä, mutta kehitysprosessi ei silti pääty tähän.

Nyt on aika ilahduttaa, houkuttaa ja yllättää (hyvällä tavalla) asiakkaasi joka käänneessä. Hyödyntämällä uusimpia verkkokauppatekniikoita voit pysyä kehityksen kärjessä ja päihittää kilpailijasi.



Teemme Vaimolla yhteistyötä alan johtavien teknologiakumppaneiden kanssa, jotka voivat tarjota sinulle henkilökohtaisia, intuitiivisia ja käyttäjäystävällisiä verkkokauppakokemuksia, joita asiakkaat kaipaavat ostopolun jokaisessa vaiheessa. Lue lisää jännittävistä ominaisuuksista asiakaskokemuksesi optimoimiseksi digitaalisen liiketoiminnan sääntökirjastamme: [New Rule Book for 2020](#).

SIIRTYMINEN KIVIJALASTA VERKKOKAUPPAYMPÄRISTÖÖN

Missä vaiheessa oletkin B2B-verkkokauppamatkallasi ja olivat tavoitteesi mitä tahansa, seuraavassa kerromme universaaleja periaatteita ja vaiheita, jotka on otettava huomioon.

TOIMINTASUUNNITELMA

01

LUO VISIO VERKKOKAUPPASIVUSTOSTASI

Varmista, että sinulla on selkeät ja saavutettavat tavoitteet sivustollesi. Listaa yksityiskohtaisesti syyt verkkoon siirtymiselle ja kuvittele, kuinka yrityksesi muuttuu sen seurauksena. Suunnitelma ja tavoitteiden asettaminen auttavat pitämään strategiasi raiteilla ja vahvistavat näkemystäsi verkkoon siirtymisestä. Ja älä unohda, että digitaalinen kaupankäynti on perustavanlaatuinen muutos liiketoimintamallissa, joten se edellyttää muutosjohtamista ja johtotason tukea menestyäkseen.

Mikä toimii?
Mikä ei toimi?
Mikä voisi olla paremmin?
Mitkä toiminnallisuudet olisivat hyödyllisiä asiakkaillemme?

**02**

TEE KILPAILIJA-ANALYYSI

Perusteellinen katsaus alasi kilpailijoihin ja esimerkit parhaista käytännöistä antavat sinulle arvokasta tietoa strategisten päätösten tueksi. Tutki muita alasi verkkokaupan esimerkkejä ja kysy itseltäsi: Mikä toimii? Mikä ei toimi? Mikä voisi olla parempaa? Mistä toiminnoista olisi hyötyä meidän asiakkaillemme ja toiminnallemme?

03

KEHITÄ KÄYTTÖTAPAUUS

Määritä nykyiset manuaaliset ja työvaltaiset prosessit, jotka voitaisiin automatisoida ja määritä ne myyntiprosessin vaiheet, jotka voisivat toimia itsepalveluperiaatteella. Arvioi, mitä haluat saavuttaa ja mitä asioita haluat välttää, ja kartoita sitten odotuksesi siitä, millaisia sisäisiä resursseja tarvitaan. Ja lopuksi, ota huomioon asioiden väliset riippuvuudet, kuten johdon tuki ja valtuudet tehdä toimia.

04

LUO OHJAUSRYHMÄ JA MÄÄRITTELE SISÄISET ROOLIT JA VASTUUT

Ohjausryhmä koostuu eri sidosryhmistä liiketoiminnan eri osa-alueilta (rahoitus, IT, markkinointi, myynti, operatiivinen toiminta), jotka ottavat B2B-projektin täysimääräisesti omistukseensa. Kouluta johtajiasi ymmärtämään nykyaikaisia B2B-ostajia – keitä he ovat, miten he tilaavat ja missä he viettävät aikaansa. Muutosta on vaikea toteuttaa suuressa organisaatiossa. Pysyvän muutoksen aikaansaamiseksi huomioi, ketkä vievät asiaa eteenpäin innokkaasti ja toimivat yhteyspisteinäsi. Näiden henkilöiden on voitava auttaa muutoksen hallinnassa ja viestinnässä sekä herättämään intoa ja luottamusta tähän muutokseen organisaation kaikilla tasoilla.

Tämä tekee muutoksesta helpomman hallita, ja näet nopeita verkkokaupan mukanaan tuomia voittoja alusta alkaen.



05

TUNNISTA RATKAISUKUMPPANI

Hyödynnä kumppanisi tuomaa asiantuntemusta ja kokemusta sähköisen kaupankäynnin menestyksen edistämiseksi. Vaimolla autamme brändejä, kauppiaita ja valmistajia kehittämään ja kasvattamaan verkkokauppamyyntiään strategian, suunnittelun ja teknologian avulla. Emme vain varmista, että yrityksesi menestyy teknisellä tasolla, vaan asetamme kanssasi selkeät tavoitteet liiketoiminnalle ja varmistamme, että sivusto tuottaa upeita asiakaskokemuksia. Edistämme menestystä digitaalisessa kaupankäynnissä sekä ennen sivuston julkaisua että sen jälkeen, ja teemme yhteistyötä kanssasi matkasi jokaisessa vaiheessa.

06

ÄLÄ YRITÄ SIIRTÄÄ VUORIA

Kyllä, edessä on paljon tehtävää. Mutta aloita nopeasti ja aloita pienestä. Paloittele projekti helposti toteuttaviin osiin. Tämä tekee siitä paljon helpommin hallittavan organisaationne tiimeille, ja saatte kokea nopeita voittoja heti alusta lähtien.

MAGENTO – B2B-YRITYKSEN VALINTA VERKKOLIIKETOIMINNAN ALUSTAKSI

Adobe Commerce eli entinen Magento 2 tarjoaa kaiken, mitä tarvitset B2B-verkkokaupan hallintaan. Oli sinulla sitten useita brändejä, avainasiakkuuksia tai kumppaneita eri kanavissa.

ADOBE COMMERCE / MAGENTO 2

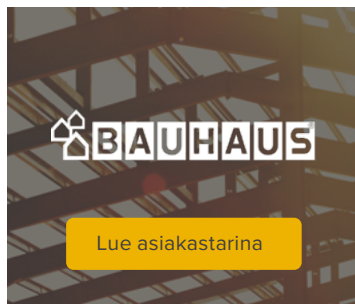
Natiivit, käyttövalmiit ominaisuudet ovat:

- Räätyä löidyt tuotekatalogit ja hinnastot
- Monitasoinen yritys- ja käyttäjähierarkia
- Tarjouspyynnöt
- Pikatilaukset
- Monipuoliset maksu- ja toimitustavat
- Joustavat ohjelmointirajapinnat (API) taustajärjestelmiin integrointia varten
- Kehittynyt B2B-käyttöön soveltuva raportointi

Mullista B2B-verkkokauppasi kyvykkyys ja asiakaskokemus Magento 2 -alustalla:

- Hallitse tarjouspyyntöjä tehokkaasti ja neuvottele hinnoittelusta virtaviivaistetun työnkulun avulla.
- Luo räätälöityjä luetteloita ja yksilöllisiä hinnastoja yksittäisille yrityksille tai asiakasryhmille.
- Tue sellaisiin yritystileihin kohdistuvaa myyntiä, joilla on useita ostajatasoja tai vaihtelevia rooleja eri tasoilla oikeuksilla.
- Integroi mihin tahansa ERP-, CRM- tai taustajärjestelmään käyttämällä joustavia sovellusliittymiä ja valmiita laajennuksia.
- Kasvata toistuvien tilausten määrää mahdollistamalla nopea, kitkaton tilaaminen ja uudelleentilaaminen usein toistuvien ostosten osalta.

Me Vaimolla olemme auttaneet B2B-yrityksiä muuttamaan B2B-myyntimalliaan Magento-alustan avulla. Katsotaanko, miltä B2B-verkkokaupan menestys näyttää käytännössä?



JULKAISE NOPEASTI, LUO JATKUVAA LISÄARVOA

Oletko valmis julkaisemaan B2B-verkkokauppasi nopeasti ja tehokkaasti, jatkuvaan kehitykseen luodaksesi lisää arvoa ja kasvattamaan sijoitetun pääoman tuotto prosenttia?

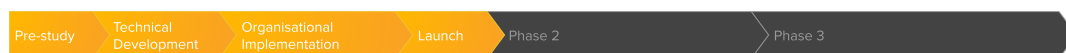
VAIMON NOPEA VERKKOKAUPPARATKAISU

Vaimon B2B-liiketoimintaan suunniteltu nopea verkkokaupparatkaisu antaa yrityksellesi mahdollisuuden luoda täysin toimivan ja skaalautuvan verkkokauppasivuston vain 6–12 viikossa. Näin mahdollistamme digitaalisen kaupankäynnin nyt, jotta yrityksenne voi kasvaa pitkällä aikavälillä.

CLASSIC PROJECT TIMELINE



QUICK LAUNCH TIMELINE



Miksi keksiä pyörä uudelleen, kun voit hyödyntää parhaat palat maailman johtavasta verkkokauppa-alustasta ja Vaimon yli 10 vuoden kokemuksesta digitaalisen liiketoiminnan kiihdyttäjänä?

QUICK LAUNCH ACCELERATOR

- Launch Early, Create Continuous Value**
MVP approach with a strong foundation for further development
- DNA from Award Winning Solutions**
10+ years of eCommerce experience combined into best practices
- Technology and Digital Transformation Accelerators**
Fast track your organisation and commerce launch
- Built on the Leading Commerce Experience Suite**
Best-in-class commerce platform and tools at your disposal

VAIMO
CARE OF COMMERCE

Hyödynnä digitaalisen B2B-liiketoiminnan voima – [juttele Vaimon kovatasoisten asiantuntijoiden kanssa nyt](#) lähteäksesi liikkeelle tehokkaasti ja saadaksesi tuloksia nopeasti!



TIETOA VAIMOSTA

Vaimo on yksi maailman arvostetuimmista digitaalisen kaupan asiantuntijoista. Täyden palvelun monikanavaisena toimijana Vaimo auttaa brändejä, kauppiaita ja valmistajia eri puolilla maailmaa vauhdittamaan digitaalisen liiketoiminnan menestystä.

Vahva keskittyminen, laaja kokemus ja syvä asiantuntemus alueilla kuten B2B, B2C, D2C, tuotetiedonhallinta (PIM), headless, mobiilisovellukset, integraatiot ja tietoturva tekevät meistä keskeisen kumppanin menestyksen edistämässä digitaalisessa liiketoiminnassa.

Vaimolla on toimistoja yli 15 eri kohteessa EMEA:n, APAC:n ja Pohjois-Amerikan markkinoilla ja yli 500 työntekijää, jotka tarjoavat kansainvälisen läsnäolon sekä mahdollistavat läheisten ja pitkäaikaisten asiakassuhteiden muodostamisen.

10+

vuotta

15+

markkinaa

500+

työntekijää