

# Sähköisen kaupan ja ns. *hybridikaupan* mahdollisuudet huonekalualalla

Krista Paloheimo, Smiigo Oy

7.5.2013

---

**Smiigo**

*Myymäälä on media™*

# Google-pomo: Suomalaiskaupat eivät ymmärrä verkon mahdollisuuksia

26.9.2013 20:11 7 Suosittele 111

Kauppa on kahden pahan puristuksessa

## Kauppalehti

Ostajan näkökulma: herää kauppiaas - verkkokauppa vie asiakkaasi!

Posted on 03/06/2013 by Pekka Ryhänen

Suomi24 / Talous / Yrittäjyys / Verkkokauppa tappaa pienyritykset



## Verkkokauppa tappaa pienyritykset

17 VASTAUSTA | 348 LUKUKERTAA

## Verkkokauppa tappaa rautakau

PERUSINSINÖÖRI ■ Perusinsinööri Veijo Miettinen, 23.8.2013, 19:31

## Amazon tuhoaa kivijalkakaupat

## Myymälät kuihtuvat kun verkkokauppa kasvaa

Perinteiset kaupan alan yritykset ovat alkuvuonna kertoneet keinoista luvuista, mutta verkossa myyvillä kilpailijoilla menee hyvin

19.7.2013 5:48 43 Suosittele 254

### Mikä maksaa?

Mikä maksaa? Verkkokauppa vie, kivijalkaputiikki vikisee?

KAUPPA.FI

ETUSIVU	KULUTTAJILLE	TIETOA KAUPASTA	URA
Uutiset	Tiedotteet	Nimitykset	Lausunnot
Juhani Pekkalan blogi	Kauppablogi	Vieraskynäblogi	

### Minne kasvu karkaa?

Lasse Mironen | 6.8.2013 12:55 9 0

# Vain osa nykytoimijoista selviää kaupan murroksesta

VALMISTAJAT

VÄHITTÄISKAUPPA

VOITTAJAT	Vertikaalitoimijat	
VIELÄ PELISSÄ MUKANA	Isot bränditalot	Tavaratalot
HÄVIÄJÄT	Pienet ja keskisuuret valmistajat	Perinteiset kivijalkaliikkeet
?	Uudet liiketoimintamallit, niche-toimijat	



Tervetuloa Välkommen Benvenuto Willkommen Bienvenue  
ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ ようこそ 歓迎 환영합니다

**Come and have a look.  
Everything here is for sale.**



More info and options online



We are here  
at your service



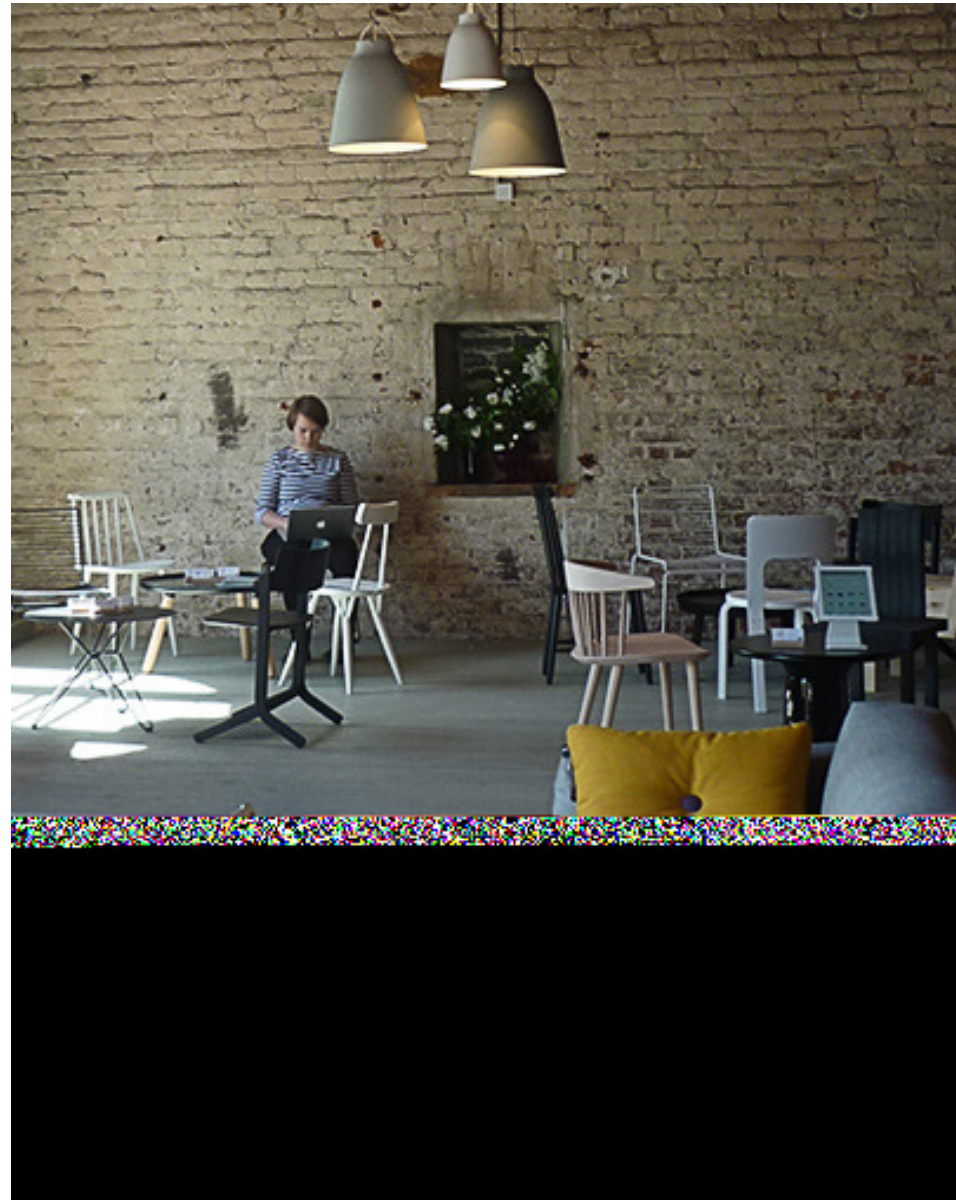
Order and pay at the cashier



You have three options  
for delivery:

- A) home delivery
- B) pick up later from  
the store
- C) take away

**BUY HERE,  
WE SHIP IT  
TO YOU**



**Smiigo**

*Myymäälä on media™*





**Smiigo**

*Myymäälä on media™*



**Smiigo**

*Myymäälä on media™*





Smiigo

*Myymälä on media™*

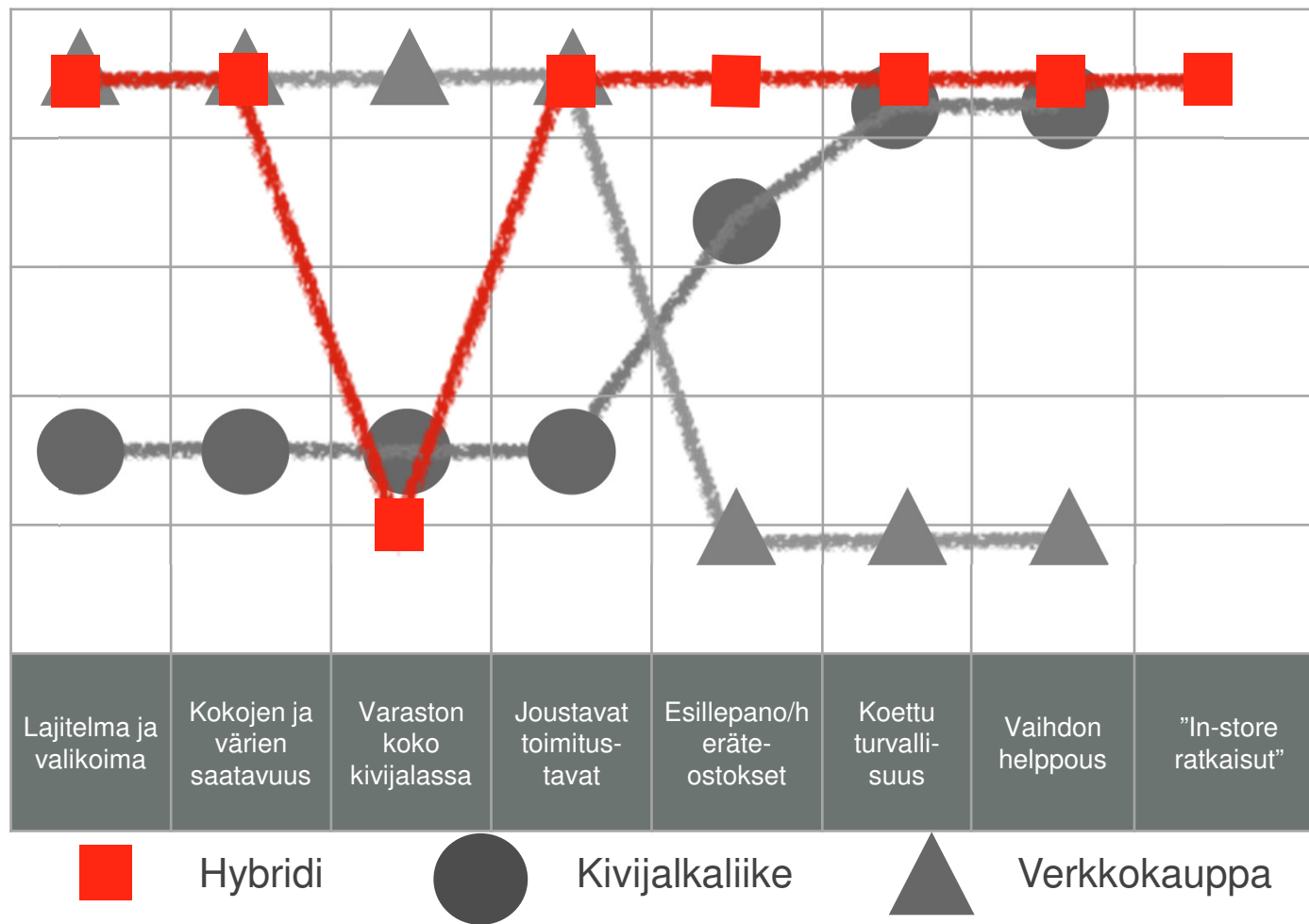


**Smiigo**

*Myymäälä on media™*



# Hybridikauppa yhdistää kivijalan ja verkkokaupan hyvät puolet





neroko

fi en

[SHOP](#) [about us](#) [gallery](#) [happens](#) [contact](#)



## FINNISH DESIGN FOR HOMES WITH DOGS

Neroko was born out of a great love for dogs and a passion for sustainable Finnish design. Neroko products are designed for the use of our best friends but not forgetting the home interior. That's because the dog is a full family member and a part of the owner's lifestyle. Using fresh, functional design and high quality materials, our products are made to last. All Neroko products are transparently made in Finland.

Design From Finland

Neroko has received a certificate to use Design From Finland symbol granted by The Association of Finnish Work.



Join the Neroko pack



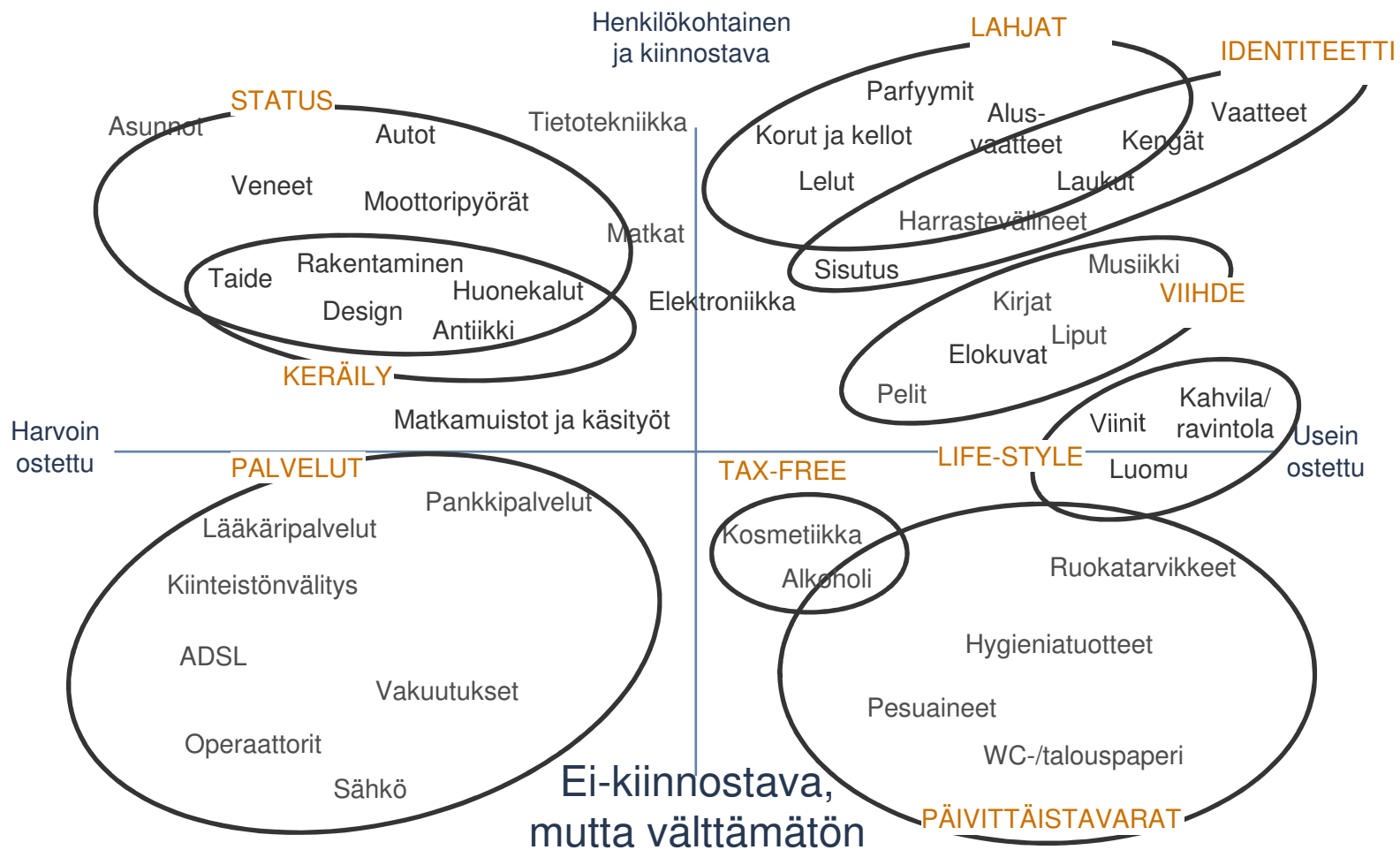
Join Neroko mailing list

Smiigo

*Myymälä on media™*



# Tuoteryhmät niiden ostotiheyden ja kiinnostavuuden mukaan



# Eri tuoteryhmien ostoprosessi (karkea jako)

		Ostos	
		KIVIJALKA	VERKKO
VERKKO		<p>TIETO HAETAAN VERKOSTA, OSTOS TEHDÄÄN KIVIJALASSA</p> <p>Isot hankinnat(=riski), palvelut ja ammattitarpeet. Draiverit: tarve, työ, status. Takuu, asennus, huollot ja muu palvelu korostuvat.</p>	<p>ETSITÄÄN JA OSTETAAN VERKOSTA</p> <p>Palvelut, viihde, keräilyesineet, varaosat sekä täysin vakioidut kv-brändituotteet, joissa paljon tuoteominaisuuksia ja/tai vaihtoehtoja tai nichejä. Draiverit: pakeneminen, kerääminen, menettämisen pelko. Muiden käyttäjien kokemukset korostuvat, samoin vaivattomuus, toimituksen nopeus ja hinta.</p>
Tiedon haku		<p><b>PALVELUT STATUS</b>    <b>TIETOTEKNIikka</b></p>	<p><b>VIIHDE</b>    <b>MATKAT</b>    <b>KERÄILY</b>    <b>ELEKTRONIIKKA</b></p>
KIVIJALKA		<p>LÖYDETÄÄN JA OSTETAAN KIVIJALASTA</p> <p>Päivittäistavarat, heräteostokset, matkamui- stot ja lahjat. Draiverit: tarve, ilahduttaminen. Saatavuus, helppous, vaivattomuus ja toimitusaika (heti tai sovittuna aikana) korostuvat.</p>	<p>SOVITETAAN KIVIJALASSA, OSTETAAN VERKOSSA</p> <p>Tuotteet, joita pitää kuunnella, sovittaa, nähdä tai hiplata ennen ostopäätöstä ja/tai joiden suhteen toivotaan henkilökohtaista palvelua asiantuntijaliikkeessä. Korkean sitoutumisen tuotteita, identiteetin rakennusosia. Draiverit: tarve, itsensä toteutus, ego. Brändi, valikoiman laajuus, toimitusnopeus, luotettavuus ja hinta korostuvat.</p>
		<p><b>PÄIVITTÄISTAVARAT</b>    <b>TAX-FREE</b></p> <p><b>LAHJAT</b>    <b>MATKAMUISTOT JA KÄSITYÖT</b></p>	<p><b>IDENTITEETTI</b>    <b>LIFE-STYLE</b>    <b>HARRASTUKSET</b></p>



# Hybridikaupan malli vs. perinteinen malli

	Perinteinen arvoketju	Arvoketju nyt	Hybridikaupan malli
Jälleenmyyjän rooli kivijalassa	Jakelu- ja myynti-kanava, positiointi	Verkkokauppojen Showroom	Positiointi, myynti, nouto, sovitus ja palautus, viihde
Asiakasodotus	"Mitä löytyisi minun koossani?"	"Kaikki mulle heti nyt ja halvimmalla"	"Toimittakaa malli X546 sinisenä huomenna"
Varasto (saatavuus)	Hajautettu jälleenmyyjille	Google, Amazon + verkkokaupat	Keskitetty valmistajalle tai maahantuojalle
Valikoimariski	Jälleenmyyjällä	Jälleenmyyjällä	Valmistajalla
Valmistajan oma verkkopalvelu	Brändiviestintä	Jälleenmyyjät ohittava verkkokauppa	Myynti ja jälleenmyyjätuki, kysynnän ennustaminen
Kuluttajahinnat	Markkina- ja kanavakohtaiset	Globaalit	Globaalit tuotehinnat, palveluissa arvonnisää
Jälleenmyyjän kate	Puolet tai yli puolet	Keskim. noin 30 %	10-40 %

# Yhteenveto

- Oman paikan määrittäminen arvoketjussa
  - alihankkija => joustavuus!
  - kuluttajabrändi => jälleenmyyjätuki!
  - ratkaisutoimittaja => lisäarvopalvelut!
- Oma arvonaluontia tukevan liiketoimintamallin ja verkkopalvelun rakentaminen
  - yleensä ei toteudu standardiverkkokaupalla
- Muutoksen hyväksyminen ja näkeminen uhan sijaan mahdollisuutena