



KIVIJALKA, TUKKU JA VERKKO YHDESSÄ PAKETISSA

Teksti ja kuvat: Lasse Talvitie

Kauppa käy tehokkaimmin monella kanavalla

Monikanavamyynti on tehokas tapa tavoittaa kaikenlaiset asiakkaat ja kasvattaa myyntiä.

Monikanavamyynnillä tarkoitetaan toimimista monella myynnin alueella samanaikaisesti: kivijalkamyymälässä, verkossa ja tukkukaupassa. Näin yrittäjä tavoittaa mahdollisimman monenlaisia asiakkaita aina ja kaikkialla.

– Täysin integroidun SKJ Liiketoimintajärjestelmän avulla monikanavamyynnin pyörittäminen on lähes yhtä yksinkertaista kuin yhden kaupan hoita-

minen, asiantuntija **Jukka Miinalainen** Myymälätieto Oy:stä sanoo.

SKJ:n järjestelmään integroidun monikanavaisen myyntijärjestelmän kehittänyt Nethit Oy palkittiin innovatiivisesta työstään viime marraskuussa INNO-SUOMI-palkinnolla.

MYYNTIKANAVAT TUKEVAT TOISIAAN

– Monikanavamyynti tehostaa myyntiä kaikilla kanavilla. Kaupankäyntitavat tukevat toisiaan ja ovat toistensa parhaita mainostajia, myyntipäällikkö **Jani Lehtimäki** Nethit Oy:stä sanoo.

Verkkokauppa tavoittaa asiakkaat kaikin vuorokauden aikoina maantieteellisistä rajoista riippumatta. Jos esimerkiksi helsinkiläinen yritys haluaa laajentaa toimintaansa Pohjois-Suomeen, on huomattavasti kustannustehokkaampaa perustaa verkkokauppa kuin avata myymälä Ouluun. Samalla verkkokauppa tavoittaa asiakkaat kaikkialla muuallakin Suomessa.

Verkkokauppa syöttää asiakkaita myös yrityksen kivijalkamyymälään. Moni asiakas tutustuu tuotteisiin ensin netissä, mutta käy vielä hypistelemässä niitä kaupassa, jos se on omalla paikkakunnalla. Verkkokauppa toimii siten tavallaan myymälän tuotekuvastona.

– Olemme todenneet kivijalkamyymälän myynnin kasvaneen jopa 27 prosenttia sen jälkeen, kun verkkokauppa on aloittanut toimintansa, Lehtimäki kertoo.

Kivijalkamyymälä toimii myös netti-kaupan eräänlaisena vakuutena. Jotkut kuluttajat arastelevat verkkokaupassa asioimista. Silloin toimiva kivijalkamyymälä antaa toiminnalle luotettavuutta ja uskottavuutta.

Lehtimäki muistuttaa kovenevasta kansainvälisestä kilpailusta verkossa myös muotialalla. Lukuisat ulkomaalaiset verkkokaupat myyvät tuotteitaan suomen kielellä suomalaisille.

– Pärjätäkseen tässä kilpailussa, yritysten on laajennettava nettiin. Kun tuote on hyvä, verkkokauppa mahdollistaa myynnin myös ulkomaille, Lehtinen sanoo.

MONTA KANAVAA

– YKSI JÄRJESTELMÄ

SKJ Liiketoimintajärjestelmä soveltuu erinomaisesti monikanavamyynnin pyörittämiseen. Monipuolisen järjestelmän toiminnot on täysin integroitu, mikä säästää työtä ja rahaa.

– Suurin ajansäästö yrittäjälle tulee siitä, että tuotteet tarvitsee viedä järjestelmään vain kerran. Sen jälkeen ne ovat välittömästi käytettävissä niin myymälässä, verkossa kuin tukkukaupassakin., Lehtimäki kertoo.

SKJ:n järjestelmä mahdollistaa suuren tietomäärän ja mm. kuvien liittämisen

tuotteisiin. Monipuolisen järjestelmän ominaisuuksiin kuuluu myös mm. väri- ja kokolajitelmat. Kaikki ominaisuudet ja järjestelmään syötetyt tiedot ovat käytävissä kaikilla myyntikanavilla.

YKSI TAI MONTA VARASTOA

Järjestelmässä on mahdollista luoda oma varasto myymälälle, tukulle ja verkkokaupalle tai sitten myydä kaikilla kanavilla yhdestä varastosta. Verkkokauppa voi myydä myös suoraan maahantuojan varastosta. Myynti-, varasto- ja muut saldot voi raportoida joko yhdessä tai myyntikanavittain.

– Ostos verkko- ja tukkukaupassa näkyvä järjestelmässä samanlaisena myyntitilauksena kuin myymäläostos ja varastosaldot päivittyvät saman tien, Lehtimäki sanoo. SKJ Liiketoimintajärjestelmä kertoo yrittäjälle yksiselitteisesti, mitä tuotteita on varastossa ja mitkä ovat myyneet parhaiten niin myymälässä kuin verkossa. Tämä tieto on kullannarvoista esimerkiksi sisäänostossa.

– Monipuolinen järjestelmä koostuu moduuleista, joten se voidaan mitoittaa sekä pienten että isojen yritysten tarpeisiin, Miinalainen kertoo.

TUKKUKAUPPAA VERKOSSA

SKJ:n järjestelmässä on mahdollista luoda tuotteille useita hintoja asiakkuus-

kohtaisesti. Tämä mahdollistaa sen, että tukkuostaja voi asioida yrityksen verkkokaupassa.

Rekisteröitynyt tukkuasiakas saa henkilökohtaiset käyttäjätunnukset ja kirjautuu niillä sisään samassa verkkokaupassa, jossa kuluttajatkin asioivat. Tukkuasiakkaalle avautuvat omat sivut hänelle määritellyine hintoineen. Tuotteita ei tarvitse valita yksitellen kuten kuluttajasivuilla, vaan ne voi valita helposti matriiseista kirjaamalla kappalemäärän kunkin tuotteen ja esimerkiksi värin ja koon kohdalle.

Jos yrityksellä on myyntiedustajia, he voivat kirjautua järjestelmään asiakkaan luona ja tarkastella esimerkiksi varastosaldoja ja tuotetietoja.

KÄYTTÖÖNOTTO HELPPOA

Monikanavaisen myyntijärjestelmän hallinta on helppoa, koska kokonaisuus toimii yhtenä järjestelmänä. Siihen voi kuulua yksi tai useampia myymälöitä, tukku- ja verkkokauppa ja yksi tai useampi varasto. Niitä kaikkia hallitaan yhdellä ja samalla SKJ Liiketoimintajärjestelmällä. Siihen voi sisällyttää myös useita yrityksiä, jolloin sillä voi hallita konsernitason toimintaa.

INNOSUOMI-palkinnon myöntänyt raati korosti palkitsemisperusteluissaan erinomaista käytettävyyttä sekä kulut-

tajan että yritysasiakkaan näkökulmas Liiketoimintajärjestelmän käyttöön: kaikkine myyntikanavineen on yksi kertaista. Miinalaisen mukaan muun muassa päivän koulutus riittää järjestelmän hallintaan.

– Koulutus on hyvin käytännönläheistä. Siinä käydään läpi liki kädessä mitä esimerkiksi tuotteiden syöttö järjestelmään. Tuotetietojen perustaminen kein on verkkokaupassa kaiken a ja sillä muuten hakukoneet eivät tuotte löydä, Miinalainen sanoo.

Lisätietoja:

Myymälätieto Oy, Jukka Miinalainen
puh. 050 361 8000

SKJ Oy, Jouni Hyttinen,
puh. 050 057 0546

Nethit Oy, myyntipäällikkö Jani Lehtimäki,
puh. 044 210 7000