



AGROBRIDGES – YHTEYKSIEN RAKENTAMINEN TUOTTAJAN JA KULUTTAJAN VÄLILLE

*Lyhyiden elintarvikeketjujen (SFSC) liiketoimintamallit - Verkkokauppa
19.6.2023*



HANKE ON SAANUT RAHOITUSTA EUROOPAN UNIONIN HORIZON 2020 TUTKIMUS- JA INNOVAATIO-OHJELMASTA
SOPIMUKSEN NRO 101000788 MUKAISESTI.

agr
BRIDGES

Sisällysluettelo

Johdanto

Liiketoimintamallin määritelmä

Liiketoimintamalli-kanvaasi

Arvolupaus-kanvaasi

Esimerkkejä organisaatioista ja palveluista, jotka noudattavat tätä liiketoimintamallia



HANKE ON SAANUT RAHOITUSTA EUROOPAN UNIONIN HORIZON 2020 TUTKIMUS- JA INNOVAATIO-OHJELMASTA
SOPIMUKSEN NRO 101000788 MUKAISESTI.

agr
BRIDGES

Johdanto

agroBRIDGES-hankkeen (<https://www.agrobridges.eu/>) tavoitteena on rakentaa yhteyksiä tuottajien ja kuluttajien välille ja tarjota viljelijöille käytännön tietoa ja tukea, jotta he voivat parantaa markkina-asemaansa uusilla lyhyisiin elintarvikeketjuihin perustuvilla liiketoiminta- ja markkinointimalleilla.

Päätöksentekotyökalussa (DST) (<https://agrobridges-toolbox.eu/decisionsupporttool/>) lyhyille elintarvikeketjuille määritellään viisi liiketoimintamallia. Näitä ovat kumppanuusmaatalous (CSA), suoramyynti, vähittäiskauppa, verkkokauppa ja logistiikan kehittäminen.

Tämä dokumentti määrittelee:

- Verkkokauppa liiketoimintamallin
- Liiketoimintamalli-kanvaasin (business model canvas), jossa tunnistetaan avaintekijät uuden liiketoiminnan kehittämiseksi.
- Arvolupaus-kanvaasin (value proposition canvas), joka havainnollistaa palvelun ominaisuuksien tai tarjonnan sekä asiakkaiden ja markkinoiden tarpeiden välistä suhdetta.
- Esimerkkejä organisaatioista/palveluista jotka noudattavat tätä liiketoimintamallia.

Lisätietoa metodologiasta löytyy raportista D2.1: SFSCs business and marketing models categorization: https://www.agrobridges.eu/wp-content/uploads/2022/03/agroBRIDGES_D2.1_SFSCs-BM-categorisation_v1.0.pdf



Liiketoimintamallin määritelmä

Verkkokaupassa tuotteilla käydään kauppaa verkossa joko viljelijän oman verkkosivuston tai jaetun markkinointisivuston kautta. Analyysissä tarkastellaan kahta eri myyntikanavaa: A) Ruokakauppa verkossa - Toimitus postiin, B) Ruokakauppa verkossa - Ruokalaatikko-tyyppinen tilaus ja suora toimitus asiakkaalle



Liiketoimintamalli-kanvaasi

Liiketoimintamalli-kanvaasi tarjoaa visuaalisen esitystavan, missä eri osiot kuvaavat liiketoimintamalliin liittyvää arvolupausta, infrastruktuuria, asiakkaita ja taloudellisia näkökohtia. Se auttaa yrityksiä kuvaamaan liiketoimintaan liittyviä tekijöitä ja niiden välisiä yhteyksiä.



Verkkokauppa – Liiketoimintamalli-kanvaasi

Kumppanit

- Verkkokaupan toimittajat
- Hankkijat
- Paikalliset vähittäiskaupat
- Paikalliset tuottajat
- Kaupunkien vähittäiskaupat

Toiminnot

- Kuljetusliikkeiden yhteistyösopimukset
- Kaupunkien ja valtion toimijoiden sitoutuminen
- Myynnin edistäminen ja viestintä (maistatus)
- Pitkän aikavälin sopimukset
- Kysynnän ennakointi

Resurssit

- IT vahva selkäranka
- Asiakashallintajärjestelmät
- Julkisten toimijoiden tuki
- Toimitusketjuun, markkinointiin ja myyntistrategioihin liittyvä asiantuntemus

Arvolupaus

- Verkkokauppa-alustat, jotta kansalaiset voivat hankkia paikallisia ja luonnollisia tuotteita kestävästi ja sosiaalisista lähteistä.
- Ruokalaatikoiden kotiin-kuljetusjärjestelmät tai toimet, joilla edistetään paikallisten tuotteiden kulutusta keskisuurissa ja suurissa kaupungeissa

Asiakassuhteet

- Pienten lasten perheet mukaan lisäämään tietoisuutta ja edistämään toimintaa ikääntyneiden parissa.
- Paikalliset verkostoitumistapahtumat.
- Yhteiskunnalliset vaikutukset (CO2 päästöt, biohajoavat pakkaukset...) ja yritysvastuu

Kanavat

- Verkkokauppa-alustat ja verkkosivustot
- Noutopisteet
- Jakeluautot kaupunkikuljetuksiin.
- Yhteistyö- ja jakelutoimijoiden verkosto
- Verkossa tapahtuva suusta suuhun viestintä

Asiakassegmentit

- Perheet, jotka ovat kiinnostuneita terveellisistä, kestävästä ja ympäristöystävällisistä elintarviketuotantoa koskevista aloitteista.
- Perheet, jotka ovat halukkaita muuttamaan elämäntapojaan ja edistämään hyvinvointitottumuksiaan.
- Yksilöt, jotka asettavat etusijalle laadun vs. määrän.
- Asiakkaat, joilla on halu tehdä verkko-ostoksia

Kustannusrakenne

- Toimintakustannukset
- Kiinteät kulut (verkkosivu, laitteet, infrastruktuuri...)
- Muuttuvat kustannukset (palkat, pakkaukset...)
- Logistiikkakustannukset (sähköinen kaupankäynti, kuljetus...)

Kustannusten alentamismahdollisuudet

- Välikäsien kustannukset
- Varastointikustannukset
- Huoltokustannukset

Kassavirta

Pääasialliset tulovirrat

- Verkkomyynti
- Toistuvat tilausmallit ostojen toistuvuuden lisäämiseksi
- Kanta-asiakkuus asiakaspysyvyyden lisäämiseksi

Liiketoimintamalli-kanvaasin osioiden kuvaus

- **Kumppanit** - Liiketoiminnan kannalta keskeisimmät yhteistyökumppanit
- **Toiminnot** - Keskeisimmät tehtävät tai toiminnot liiketoiminnan harjoittamiseksi
- **Resurssit** - Asiakasarvon luomiseksi tarvittavat resurssit, jotka voivat olla fyysisiä, aineettomia, taloudellisia tai henkilöresursseja
- **Arvolupaus** - Yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut. Osterwalder: "Kokonaisnäkemys tuotteista ja palveluista, jotka yhdessä edustavat arvoa tietyille asiakassegmentille. Arvolupaus kuvaa tapaa, jolla yritys erottautuu kilpailijoistaan, ja on syy siihen, miksi asiakkaat ostavat tietystä yrityksestä eivätkä toisesta"
- **Asiakassuhteet** - Millaisia yhteyksiä yrityksen ja sen asiakkaiden välille rakentuu ja miten niitä ylläpidetään
- **Asiakassegmentit** - Yrityksen tuotteiden ja palveluiden kohderyhmä
- **Kanavat** - Keinot jakaa tuotteita ja palveluja, sisältäen markkinointiin ja jakeluun liittyvät toimintasuunnitelmat
- **Kustannusrakenne** - Kaikki liiketoiminnasta syntyvät kustannukset
- **Kassavirta** - Yrityksen tulot. Yrityksen kautta kulkevat erilaiset tulovirrat tekevät sen toiminnasta rahanarvoista



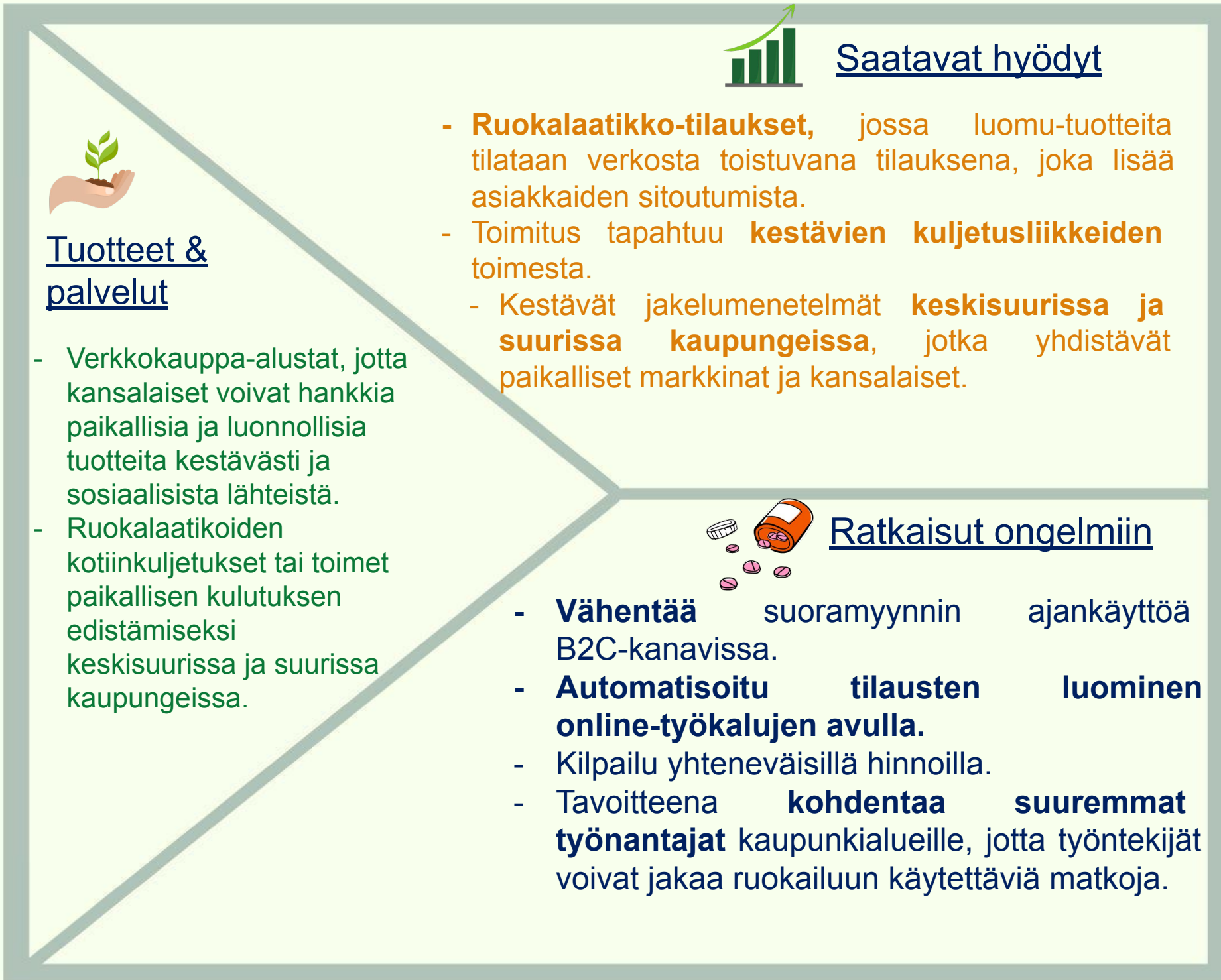
Arvolupaus-kanvaasi

Arvolupaus-kanvaasi auttaa määrittelemään tuotteen tai palvelun arvolupausasiakkaalle ja varmistaa, että tuote tai palvelu on sellainen, jota asiakas arvostaa ja tarvitsee.

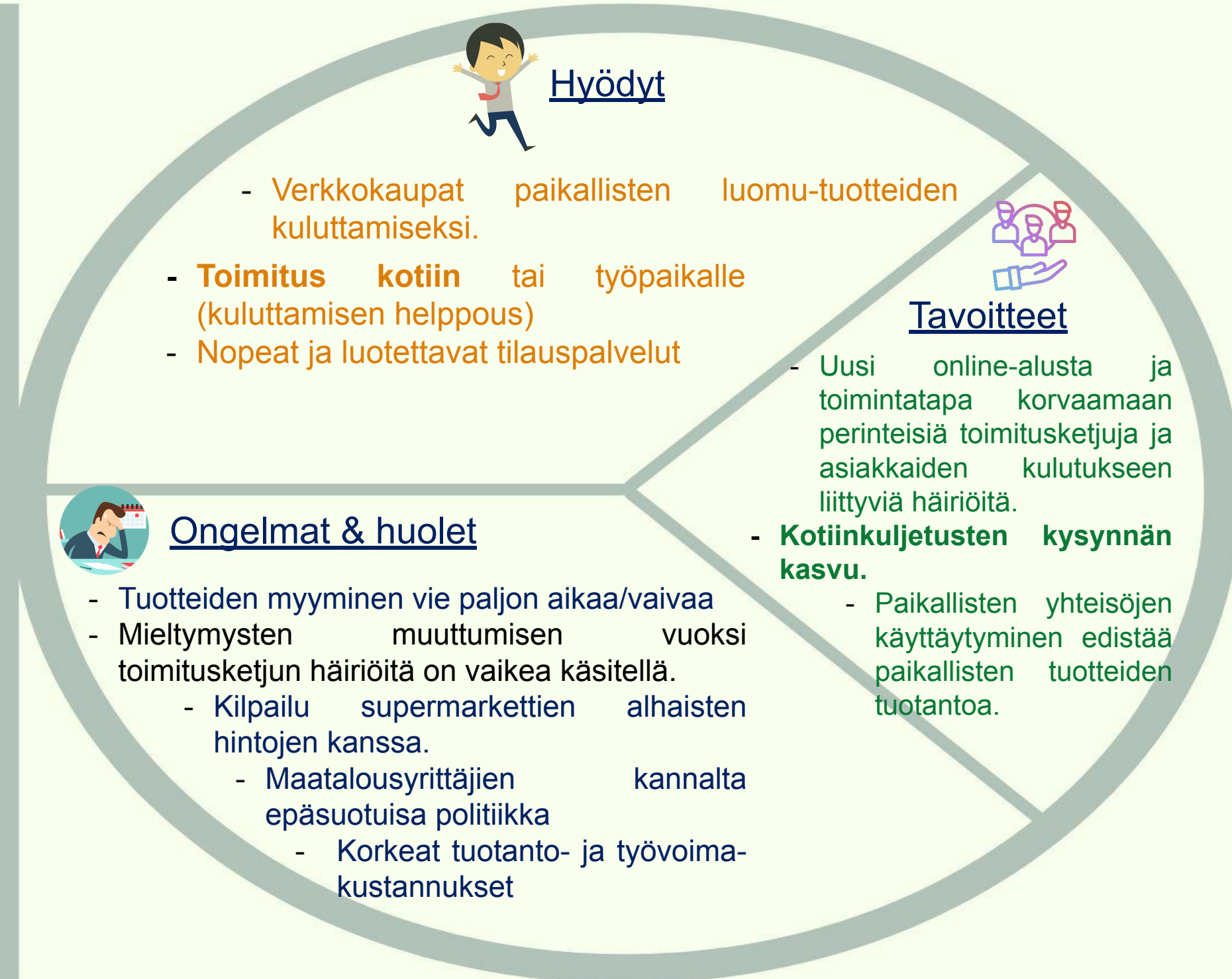


Verkkokauppa – Arvolupaus-kanvaasi

Arvolupaus



Asiakasprofiili



Arvolupaus-kanvaasin osioiden kuvaus

Arvolupaus

- **Tuotteet & Palvelut** - Tuotteet tai palvelut, jotka tuottavat asiakkaalle hyötyä ja ratkaisevat asiakkaan ongelman.
- **Saatavat hyödyt** – Miten palvelu tuottaa asiakashyötyä ja miten se tarjoaa lisäarvoa asiakkaalle.
- **Ratkaisut ongelmiin** – Kuvaus siitä, millä tavoin tuote/palvelu ratkaisee asiakkaan ongelman.

Asiakasprofiili

- **Hyödyt** – Asiakkaan odottamat ja tarvitsemat hyödyt, mikä ilahduttaisi asiakasta ja toimet, jotka voivat lisätä arvolupauksen hyväksymisen todennäköisyyttä.
- **Ongelmat & huolet** – Asiakkaan kokemat kielteiset kokemukset, tunteet tai riskit.
- **Tavoitteet** – Toiminnalliset, sosiaaliset ja emotionaaliset tehtävät, joita asiakkaat pyrkivät suorittamaan, ongelmat, joita he yrittävät ratkaista, ja tarpeet, joita he haluavat tyydyttää.



Esimerkkejä palveluista/organisaatioista

Palvelu/Organisaatio	Linkki	Alue / Maa	Myyntikanava	Liiketoimintamalli
REKO	https://aitojamakuja.fi/reko/	Suomi	Tuotteiden tilaaminen suoraan tuottajalta Facebookin kautta, tuotteet haetaan ennalta sovitusta paikasta.	Verkkokauppa
Kotitila	https://kotitila.fi/	Uusimaa / Suomi	Verkkokaupan kautta voit tilata tuotteita joko noudettaviksi myymälästä tai eri noutopisteiltä tai kotiin kuljetettuna.	Verkkokauppa
Ruokaa Läheltä	https://shop.ruokaalahelta.fi/	Varsinais-Suomi / Suomi	Toimittaa lähiruokaa paikallisilta tuottajilta ja jalostajilta suoraan asiakkailleen.	Verkkokauppa
Korjuu.com	https://korjuu.com/	Suomi	Kuluttajat voivat tilata mitä tahansa alustalta löytyviä paikallisia tuotteita ja noutaa ne joko tuottajalta tai tapahtumista mihin tuottaja on ilmoittautunut.	Verkkokauppa
DeliPlate	https://deliplate.fi/	Suomi	Suoramyyntikanava tuottajien ja heidän asiakkaidensa väliselle kaupalle. Kukin tuottaja/myyjä on vastuussa siitä, mille alueille hän toimittaa tuotteita, ja voi käyttää haluamaansa ratkaisua toimitukseen.	Verkkokauppa

