

Mainostulojen ansainta MVnet-www-sivustolta Google AdSense-ohjelman avulla

The screenshot shows the MVnet website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Shuoto', 'Mediateidot', 'Mitä uutta?', 'Palautte', 'Raportit/vihreistä', 'Sivustolta', and 'Teknisiä tietoja'. Below this is the MVnet logo with the tagline '-Tiedon valttiella'. A secondary navigation bar contains links for 'Etusivu', 'Blogi', 'Keskustelu', 'Kansat', 'Kotikonsolit', 'Kuvagalleria', 'Liikitt', 'Rokareseptit', 'Sekulaista', 'Tietokoneet', and 'Tutkimus'.

Two promotional boxes are visible: one for 'Yli 100 peliä alle 15€' and another for 'Senault'.

The main content area features a 'Tervetuloa MVnetiin' section, a 'Mitä uutta MVnetissä?' section with a list of updates, and a 'MVnetin sisältö' section. The right sidebar includes a search bar, a 'Mainokset' section with Google AdSense ads, and a 'Puoletun Pelin' advertisement.

Liiketoimintasuunnitelma
Helsingin yliopisto
19.06.2006

Jarmo Vestola
Op. num. xxxxxxxx

Sisällysluettelo

1. Tiivistelmä.....	3
Strateginen suunnittelu, visio ja toiminta-ajatus.....	4
2. Tuote- ja teknologia-analyysi.....	4
2.1 Palvelun historia.....	4
2.2 Liikeidea ja ansaintamalli.....	4
2.3 Google-mainosten ominaisuudet ja käytettävyys.....	4
2.4 Mistä kilpailuetu ja hyöty muodostuu.....	4
3. Yrityksen organisaatio.....	5
3.1 Avainhenkilöstö ja vastualueet.....	5
3.2 Pysyvyys ja kannustimet.....	5
4. Ympäristöanalyysi.....	6
4.1 Toimialan kuvaus ja toimintaympäristö.....	6
4.2 Ulkoinen ympäristö ja taloudellinen kehitys.....	6
5. Markkina- ja kilpailija-analyysi.....	6
5.1 Markkinat, potentiaalinen asiakaskunta.....	6
5.2 Kilpailutilanne.....	7
6. Markkinointisuunnitelma.....	7
6.1 Visio ja toiminta-ajatus.....	7
6.2 Markkinointi ja näkyvyys eri medioilla.....	7
6.2.1 Hakukoneet.....	8
6.2.2 Linkkilistat ja keskustelupalstat.....	8
6.3 Tuotekehitys.....	8
6.4 Mahdollisuudet ja reaaliset optiot.....	8
Operatiivinen suunnittelu.....	8
7. Toteuttamissuunnitelma, aikataulut ja tavoitteet.....	8
7.1 Aikataulujen esitys graafisena Gantt-kaaviona.....	9
7.2 Tavoitteet.....	10
7.2.1 Kuvaaja 1. MVnetin kävijämäärän kehitys.....	10
8. Kannattavuus ja rahoitus.....	11
8.1 Kannattavuus.....	11
8.2 Kassavirtaennusteet.....	11
8.2.1 Vuoden 2005 kassavirtaennuste.....	12
8.2.2 Vuoden 2006 kassavirtaennuste.....	13
8.2.3 Vuoden 2007 kassavirtaennuste.....	14
8.3 Tuloslaskelmat.....	15
8.3.1 Vuoden 2005 tuloslaskelma.....	15
8.3.2 Vuoden 2006 tuloslaskelma.....	15
8.3.3 Vuoden 2007 tuloslaskelma.....	15
8.4 Taseet.....	16
8.4.1 Vuoden 2005 tase.....	16
8.4.2 Vuoden 2006 tase.....	16
8.4.3 Vuoden 2007 tase.....	16
8.5 Rahoitus.....	17
9. Riskianalyysi.....	17
9.1 SWOT-analyysi.....	17
9.2 Vahvuuksien, heikkouksien ja riskien arviointi ja niistä seuraavat toimenpiteet.....	17
10. Liitteet.....	18

1. Tiivistelmä

MVnet on kahden tietotekniikasta kiinnostuneen opiskelijan yhdessä vuoden 2001 lopussa perustama, pääosin tietotekniikkaan, kotisivuihin ja pelikonsoleihin keskittyvä www-sivusto. Kuuden vuoden kehitystyön tuloksena on syntynyt sivusto, jonka tarkoituksena on kertoa ja antaa helposti ymmärrettävää informaatiota uusista laitteista ja sovelluksista tavallisille tietokoneen ja internetin käyttäjille sukupuolesta riippumatta.

Käyttäjämäärän kasvaessa toiminnan ylläpidolle on haettu rahaa sivustoihin liitetyillä kohdennetuilla mainoksilla, joita hakukoneyhtiö Google tarjoaa hakukonepohjaisin tekniikoihin perustuvan AdSense ohjelman avulla. Mainokset ovat sidoksissa sivun sisältöön ja käyttäjään eri parametrien perusteella ja näin ollen kohdennettuna kiinnostavat enemmän lukijaa, kuin perinteinen kohdentamaton mainonta. MVnet saa mainoksista tietyn summan rahaa, kun käyttäjä klikkaa niitä.

Google-mainosten avulla tehtävällä liiketoiminnalla ei kuitenkaan pyritä suoraan voiton tavoitteluun, vaan ensisijainen tavoite on kattaa MVnet-www-sivuston teosta aiheutuneita kuluja. Tarkoituksena on siis kiinnostavan, tietotekniikkaan liittyvän tiedon ja hyödyn tarjoaminen helposti niitä tarvitseville ja niistä kiinnostuneille tavallisille ihmisille.

Käyttäjien toiveita kuunnellen sivustoa on kehitetty yksinkertaisempaan ja toimivampaan suuntaan. Kuuden vuoden kehityksen tuloksena on nyt versio 8, ja käyttäjien palautteiden mukaan kouluarvosana sivustolle on hyvä. MVnet ei pyri myöskään kilpailemaan muita toimialalla olevia www-sivustoja vastaan, vaan omalta osaltaan edistämään alaan liittyvää keskustelua ja tarjoamaan puolueetonta ja tarkkaa tietoa eri näkökulmista.

Sivuston markkinointi ja näkyvyys hoidetaan ilman rahoitusta siten, että se on löydettävissä suosituimmilla hakukoneilla. Koska sivuston toteuttamiseen, ylläpitoon ja mainostamiseen ei juuri kulu rahaa, on kaikki tarvittava pääoma ylläpitäjien omaa rahaa. Tulevaisuudessa ylläpitoon ja laitehankintoihin tarvittava raha näyttäisi myös kassavirtaennusteen mukaan kokonaisuudessaan tulevan mainosten avulla.

Toiminnan suurimpina riskeinä ovat projektin vaatima aika ja toisen ylläpitäjän puutteellinen osaaminen.

Strateginen suunnittelu, visio ja toiminta-ajatus

2. Tuote- ja teknologia-analyysi

2.1 Palvelun historia

MVnet on jo vuoden 2001 lopulla perustettu, pääosin tietotekniikkaan, kotisivuihin ja pelikonsoleihin keskittyvä www-sivusto. Sen tarkoituksena on kertoa ja antaa helposti ymmärrettävää informaatiota uusista laitteista ja sovelluksista tavallisille tietokoneen ja internetin käyttäjille sukupuolesta riippumatta.

Sivusto on jo viiden vuoden ikäinen ja kehitystyö on edennyt versioon kahdeksan, jossa tavoitteena oli saada muutettua koko sivusto puhtaaseen XHTML-muotoon. Tässä sivujen sisältö ja ulkoasu erotettiin täysin toisistaan ja saatiin siistimpi, toimivampi ja helpohoitaisempi www-sivusto.

2.2 Liikeidea ja ansaintamalli

Koska MVnet-palvelun sisältö ja suosio ovat kasvaneet koko kehitystyön ajan, päädyttiin jo vuoden 2003 alussa kokeilemaan, miten sivustolla pystyttäisiin ansaitsemaan hiukan rahaa erilaisten kulojen kattamiseksi näyttämällä käyttäjille mainoksia. Tällöin palvelun tarjosi TradeDoubler.

Viimeisimmän, eli versio 8 uudistuksen myötä kesäkuussa 2006 sivustolla alettiin lopullisesti käyttää vain Google-mainoksia, joiden hallinta on helpompaa ja tuotto oletettavasti suurempaa kuin aikaisemman palveluntarjoajan toteutus. Lyhyesti ansaintamallina toimii siis sivustolla näytettävät Google-mainokset, joita klikkaamalla MVnet-sivuston käyttäjät tuovat rahaa kassaan.

2.3 Google-mainosten ominaisuudet ja käytettävyys

Google AdSense on hakukoneyhtiö Googlen luoma ja ylläpitämä hakukonepohjaisiin tekniikoihin perustuva ohjelma, johon liittymällä verkkojulkaisijat voivat ansaita mainostuloja. Google hallinnoi jaettavia teksti- ja kuvamainoksia, hoitaa tapahtumien tilastoinnin, laskuttaa mainostajia ja maksaa julkaisijoille osan mainosten tuotoista. Tuotto maksetaan vielä tällä hetkellä sekkinä. AdSense-mainosten tuotto perustuu toteutuneisiin hiiren klikkauksiin.

Mainokset tulevat Googlen AdWords mainostajien kautta, jotka vaihtelevat suuryrityksistä pieniin yksityisyrittäjiin. Aiheita löytyy laajalti maan ja taivaan väliltä. MVnetin kaikki mainokset ovat Adwords mainostajien mainoksia, joita AdSense-ohjelma toimittaa ja näyttää.

2.4 Mistä kilpailuetu ja hyöty muodostuu

AdSense näyttää kävijöille kohdennettuja mainoksia, joten sillä saa mainoksille parhaan näkyvyyden. Google jakaa mainoksia automaattisesti eri sivuille niiden sisällön, kielen, lukijan sijainnin ja käytetyn hakusanan perusteella. Tarkoituksena on siis jakaa sivuille mainoksia, jotka ovat sidoksissa sivujen sisältöön ja siten ehkä kiinnostavat lukijaa. Mainosten ulkoasua voi myös mukauttaa itse sivuston mukaiseksi. AdSense-ohjelmassa voi myös tarkkailla mainosten tehokkuutta ja tuottoa mukautettavien online-raporttien avulla.

AdSense on tullut nykyään erittäin suosituksi tavaksi hankkia lisätuloja omilla www-sivuilla, koska Googlen jakamat tekstipohjaiset mainokset koetaan vähemmän häiritseviksi kuin perinteiset isot ja vilkkuvat bannerit. Mainosten kohdistaminen sisällön, etsintäkohteen ja sitä kautta myös käyttäjän mieltymysten mukaan ei myöskään herätä niin suurta vastustusta kuin perinteinen kohdentamaton mainostaminen.

Googlen älykkäät ja erittäin helppohoitoiset mainokset yhdistettynä MVnet-sivuston selkeään ja informatiiviseen palveluun muodostavat siis erittäin havainnollisen ja selvän kilpailuedun muihin www-sivustoihin verrattuna.

3. Yrityksen organisaatio

3.1 Avainhenkilöstö ja vastuualueet

MVnet-sivustosta vastaa vain kaksi tietotekniikasta kiinnostunutta henkilöä: Mikko Vestola ja veli Jarmo Vestola.

Mikko Vestola opiskelee Teknillisessä korkeakoulussa tietotekniikkaa ja hän vastaa kokonaisuudessaan palvelun ylläpidosta ja toteutuksesta. Kokemusta löytyy erilaisten tekniikkaan liittyvien laitteiden parista ja itse www-sivustojen teostakin on kokemusta viiden vuoden ajalta.

Jarmo Vestola opiskelee Helsingin yliopistossa biotekniikkaa ja siinä sivussa myös liiketaloustiedettä, markkinointia ja Java-ohjelmointia. Koska CSS, PHP yms. eivät ole kovin hyvin hallussa, vastuualueeseen kuuluukin osa sisällöntuotannosta ja palvelun ulkoasun ja toimivuuden arviointi sekä testaus.

3.2 Pysyvyys ja kannustimet

Tulevaisuudessa henkilöstön määrää ei ole tarkoitus lisätä, mutta vastuualueisiin saattaa tulla pientä muutosta siten, että toteutuksesta pieni osa voisi siirtyä Jarmo Vestolalle.

Henkilöstön pysyvyys taataan sillä, että mielenkiinto sisällöntuotantoon ja toteutukseen pyritään säilyttämään lisäämällä uusia haasteita keskustelufoorumien ja uusien laitetestien muodossa. Täytyy myös ymmärtää se, ettei sivustosta tule rahaa avainhenkilöstölle, jos sitä ei koko ajan kehitetä ja tuoda käyttäjille uutta tietoa.

4. Ympäristöanalyysi

4.1 Toimialan kuvaus ja toimintaympäristö

Tietokonepelibisneksen arvo ylitti jo vuonna 2000 elokuvateollisuuden arvon. Samaan aikaan tietotekniikkaan ja konsoleihin liittyvä informaatio lisääntyy vuodesta toiseen ja se on yhä enemmän hajallaan eri lähteissä vieläpä hieman vaikeaselkoisessa ja teknisessä muodossa. Monet arvostavatkin tarvittavan tiedon helppoa saatavuutta ja selkeyttä, mieluiten vielä omalla äidinkielellään. MVnet pyrkiikin omalta osaltaan saamaan ihmiset kiinnostumaan hyödyllisestä tekniikasta kertomalla selkeästi toimialaan liittyvistä laitteista ja ohjelmista. Tämä työ pyritään sitten rahoittamaan mainostuloilla.

4.2 Ulkoinen ympäristö ja taloudellinen kehitys

Alkuvuonna 2004 Internetiä käytti säännöllisesti, eli vähintään viikoittain 63 prosenttia 16-74-vuotiaista suomalaisista. Tästä huolimatta internet-mainonta on vielä lapsenkengissään, eikä vielä yllä lähellekään perinteistä painetun median mainontaa, tai televisiomainontaa. Internetin osuus kaikessa mainonnassa oli vuonna 2005 noin 5 prosenttia.

Internet-mainonnan arvioidaan kasvavan 80-100 prosenttia seuraavan viiden vuoden ajanjaksolla. Markkinatutkimuslaitos Jupiter Researchin mukaan yritykset saavat selvästi enemmän vastinetta rahalleen internet-mainonnasta, kuin muista mainontatyypeistä. Suurimpina hyötyinä voidaan pitää mm. sitä, että nettiyritykset voivat esimerkiksi mitata kuinka moni sivulataus päättyy oston ja näin ollen saadaan tietoa mainosten tehokkuudesta.

Hyvän kohdennettavuuden lisäksi verkkomainonnan etuja perinteiseen mainontaan verrattuna on myös sen toteuttamisen nopeus sekä suhteellisen edullinen hinta. Heikkoutena voisi pitää sitä, että verkkomainonta ei vielä tavoita kaikkia henkilöryhmiä.

lähde: finpro markkinatietoa-sivu, tilastokeskus, sekä VERKKOMAINONNAN EDUT, RAJOITUKSET JA ROOLI MARKKINOINTIVIESTINNÄN VÄLINEENÄ (Tommi Mäkinen Timo Partanen, opinnäytetyö vuodelta 2006)

5. Markkina- ja kilpailija-analyysi

5.1 Markkinat, potentiaalinen asiakaskunta

Potentiaalisia sivuston käyttäjiä ovat kaikki netistä tietoa hakevat, mutta aiheet kiinnostavat luultavasti kuitenkin enemmän nuoria ja keski-ikäisiä miehiä. Käyttäjien tarkka ikärakenne ja sukupuoli ei kuitenkaan ole tiedossa, joten tarkempi asiakaskunnan selvitys palaute- ja äänestys-lomakkeilla olisi tarpeellista, tai ainakin mielenkiintoista.

MVnet-sivustolla keskeisessä paikassa vielä elokuuhun 2006 asti olleilla palaute- ja äänestyslomakkeiden tiedoilla sekä Google Analytics web-statistikka-ohjelmalla on pyritty kehittämään palvelua oikeaan suuntaan ja sieltä saadut tiedot ovat tässä nyt esillä.

Tämän vuoden toisella neljänneksellä 71% MVnet-sivuston käyttäjistä saapui sivustolle Google-hakukoneen avulla ja jopa 13,6 % suoraan oman kirjanmerkin tai linkin kautta. Tähän mennessä 394 käyttäjää on äänestänyt kouluarvosanalla MVnet-sivustoa ja keskiarvo on hyvän puolella, eli 8,4. Kiinnostavin/parhain osio prosentteina: Kotisivuohjeet: 37,8 %, Tutkielmat: 25,9 %, Tietokoneet: 7,1 %, Konsolit: 6,9 %, Vitsit: 6,6 % ja Linkit: 4,6%. Loput vaihtoehdot saivat yhteensä 11,1%.

Ehdotuksia siitä, mitä voisi parantaa, on tullut vähänlaisesti, mutta lisää konsoliaiheita ja kotisivuohjeita on kyllä toivottu. Tarkemman markkinatutkimuksen takia uudet ja kiinnostavimmat palaute- ja äänestyslomakkeet ovat suunnitteilla ja vanhat pikkuhiljaa poistumassa. Tarkoituksena on mm. kerätä käyttäjistä enemmän tietoa ja toivoa käyttäjiltä tarkempaa palautetta kehityksestä. Lomakkeiden avulla on myös tarkoitus seurata vuositasolla MVnetin toimintaa ja käyttäjien tyytyväisyyttä.

5.2 Kilpailutilanne

Suomenkielisiä laajoja tietotekniikka- ja konsolisivustoja on harvassa. Suurimmat ovat kuitenkin [Pelit](#) ja [MikroBitti](#). Yksittäisiin aiheisiin liittyviä sivustoja on kyllä netti pullollaan, mutta täydellistä tiedon tyyssijaa ei löydy. MVnet ei pyri kuitenkaan kilpailemaan näitä muita toimialalla olevia www-sivustoja vastaan. Olisikin jopa suotavaa, että suomen kielellä löytyisi enemmän aiheeseen liittyviä nettisivuja, jolloin ihmiset löytäisivät helpommin puolueetonta ja tarkkaa tietoa eri näkökulmista.

6. Markkinointisuunnitelma

6.1 Visio ja toiminta-ajatus

Google-mainosten avulla tehtävällä liiketoiminnalla pyritään vain kattamaan MVnet-www-sivustosta aiheutuneita kuluja ja tuottamaan ehkä siinä sivussa hieman rahaa kehittäjille. Tarkoituksena ei siis ole ensisijaisesti voiton tavoittelu, vaan kiinnostavan, tietotekniikkaan liittyvän tiedon ja hyödyn tarjoaminen helposti niitä tarvitseville tavallisille ihmisille.

6.2 Markkinointi ja näkyvyys eri medioilla

Koska MVnet on kahden henkilön sivutoiminnan tulos, rahalliseen markkinointiin ei ole päätetty ryhtyä. Kävijöiden ja mainostulojen saamiseksi ihmisiä pitää kuitenkin saada sivuille, joten näkyvyyttä on pyritty lisäämään ilmoittamalla MVnet-www-sivusto erilaisille muille medioille.

6.2.1 Hakukoneet

Tärkein media on tietenkin tunnetut hakukoneet. Mikään internetissä oleva sivusto ei ole uskottava, jos sitä ei löydy hakukoneella. Kun sivusto on ilmoitettu hakukoneella ja se on listattu, internetin käyttäjät pystyvät löytämään sivuston sieltä löytyvän kiinnostavan tekstin perusteella. MVnet-sivusto löytyy kaikilla merkittävimmillä hakukoneilla: mm. Google.

6.2.2 Linkkilistat ja keskustelupalstat

Kaikenlaisia linkkilistoja on netti pullollaan, mutta hyviä ja käyttökelpoisia sellaisia on harvemmassa. Näitä linkkilistoja kannattaa käyttää hyväksi ja mainostaa sivustoa siihen liittyvillä osastoilla linkittämällä oma sivu listalle. MVnet-sivusto löytyy mm. erinomaisesta [Makupalat linkkikirjastosta](#) ja [Wikipediasta](#) viitaten konsoleihin, tutkielmiin, kotisivujen tekoon jne.

Myös oikeilla keskustelupalstoilla voi koittaa mainostaa ja tuoda esiin omia sivustojaan, tietenkin sillä edellytyksellä, että ne liittyvät aiheeseen, eikä joka viestissä tuputa vain samaa aihetta. MVnet-sivustoa mainostetaan mm. tietotekniikkaa käsittelevällä [Muropaketti](#)-keskustelualueella.

6.3 Tuotekehitys

Tuotekehitys tapahtuu käyttäjien tarpeiden ohjaamana. Tähän tarkoitukseen www-sivustolla oli palaute- ja äänestys-lomakkeet elokuuhun 2006 asti, joilla käyttäjät voivat kertoa, mikä sivustolla on kiinnostavaa ja mitä voisi vielä parantaa. Selkeämmät ja kiinnostavammat palautelomakkeet ovat suunnitteilla. Lisää sisältöä pyritään kuitenkin tuottamaan, kun uusia, kiinnostavia ja tarpeellisia aiheita tulee niin käyttäjien, kuin ylläpitäjienkin mielestä.

6.4 Mahdollisuudet ja reaaliset optiot

Tietotaidon kehittyminen mahdollistaa tulevaisuudessa entistä paremmat ja monipuolisemmat www-sivut. Lisää sisältöä tuottamalla MVnetin kävijämäärää oletettavasti kasvaa, mikä taas lisää mainostuloja. Kasvavaa tietotaitoa olisi mahdollista hyödyntää myös myymällä palveluita ja osaamista, joilla voisi räätälöidä vaikkapa yritysasiakkaille omia www-sivustoja. Myös nettikaupan perustaminen voisi olla yksi kasvusuunta.

Operatiivinen suunnittelu

7. Toteuttamissuunnitelma, aikataulut ja tavoitteet

Alla on esitetty graafisesti, miten MVnet-www-sivuston teko ja toteutus on aikataulutettu. Koska projektia on kehitetty pikkuhiljaa ylläpitäjien vapaa-ajalla, tarkkoja aikatauluja ei ole suunniteltu, saati noudatettu. Tähän ne on kirjattu neljännesvuoden tarkkuudella.

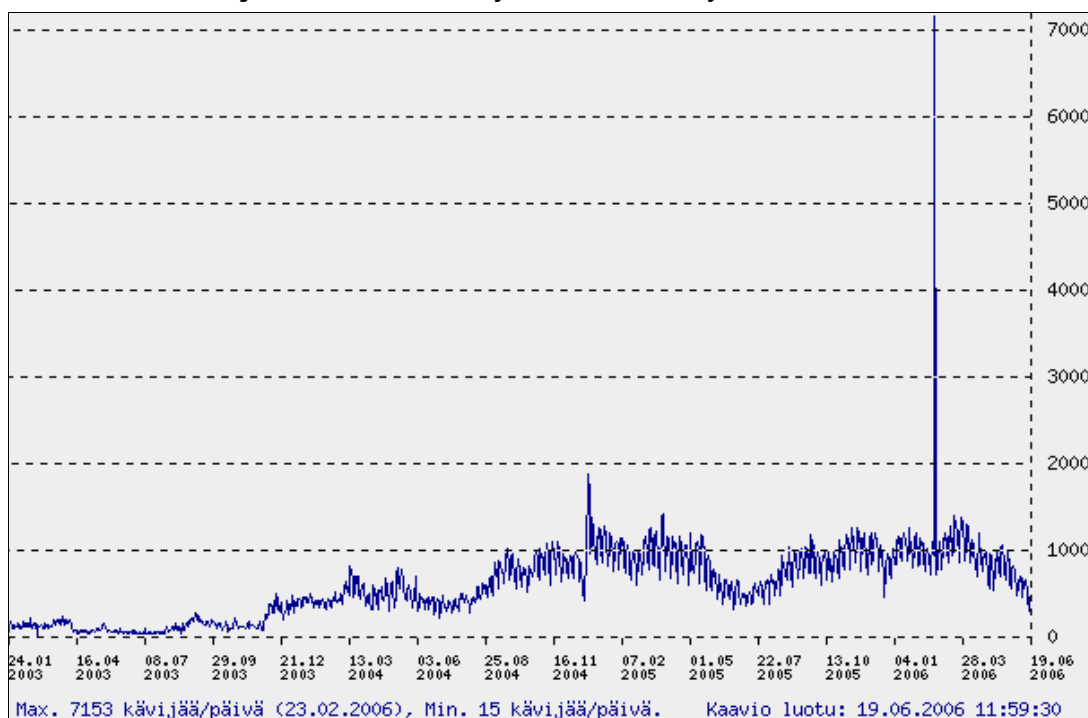
7.2 Tavoitteet

Vision ja toiminta-ajatuksen lisäksi ylläpitäjien tavoitteena on kävijämäärän kasvattaminen. Aluksi MVnet-sivustolla kävi vain hieman yli 1 000 kävijää ensimmäisen vuoden aikana. Kasvu on kuitenkin ollut nopeaa, ja 21.12.2003 sivustolla oli vierailut sadastuhannes kävijä. Puolen miljoonan kävijän maaginen raja rikkoutui 13.10.2005.

MVnetin langaton kotiverkko -sivu oli MikroBitin nettisivuilla päivän linkkinä 23.2.2006 otsikolla "Rakenna langaton kotiverkko turvallisesti". Tästä seurasi MVnetin kävijämäärissä huima piikki kyseisen päivän kohdalla. Tavallisesti MVnetissä käy noin 1000 kävijää päivässä, mutta MikroBitin päivän linkki nosti kävijämäärän hieman yli 7000 kävijään päivässä. (katso kuvaaja 1)

Tulevaisuuden tavoitteena on saada kävijöitä yli 1000 päivässä ympäri vuoden ja rikkoa miljoonan kävijän rajapyykki tammikuussa 2007.

7.2.1 Kuvaaja 1. MVnetin kävijämäärän kehitys



8. Kannattavuus ja rahoitus

8.1 Kannattavuus

Seuraavilta sivuilta tuloslaskelmista voi huomata, että MVnet-www-sivuston ylläpito on tappiollista vielä vuonna 2005. 2006 tuloslaskelmissa siirryttäessä Google-mainoksiin, toiminta rupeaa jo kannattamaan.

Tulevaisuudessa tilikauden voitto on noin puolet liikevaihdosta, jos laitehankintoja ei tehdä.

Vuoden 2007 taseen perusteella omaisuutta olisi noin 2200 euroa, perustamiseen verrattuna lisäystä olisi tullut n. 200 euroa.

8.2 Kassavirtaennusteet

Seuraaville kolmelle sivulle on koottu kassavirtaennusteet vuosille 2005-2007.

Kassavirtaennusteisiin on pyritty laittamaan kaikki MVnet-sivuston tekoon liittyvät kulut ja investoinnit. Niihin ei kuitenkaan ole listattu esimerkiksi toimitilan vuokraa tai vakuutuksia, koska toiminta tapahtuu omassa kodissa ja vakuutukset on hankittu jo aikaisemmin. Sivuston ylläpitoon tarvittavia ohjelmiakaan ei ole kassavirtaennusteessa, koska kaikki käytetyt ohjelmat ovat ilmaisia ja vapaasti kaikkien saatavilla.

Vuoden 2005 alkusaldo on saatu kahden edellisvuoden TradeDoubler-mainosrahoista (176 e), joista on vähennetty MikroBitti-lehden vuosikerran tilausmaksu n.40 e, joka sisältää ilmaista kotisivutilaa. Koska MVnet-www-sivuston teko on periaatteessa vain harrastus, ei sillä ole yritysmuotoa, ja näin mainostuloihin käytetään ansiotulojen veroprosenttia 13,5.

Googlen mainosten tuotosta on vasta kaksi tarkkaa raporttia touko- ja kesäkuulta. Muiden kuukausien tuotot on kuitenkin suhteutettu kävijämääriin ja voidaan olettaa niiden pitävän melko hyvin paikkansa. Mainostulot voivat jopa nousta, jos napsautussuhde kasvaa nykyisestä.

Kassavirtaennusteisiin Googlen mainostuloista tilitettävä raha on merkitty samalle kuukaudelle, kuin miltä se on ansaittakin. Todellisuudessa tilitys hoidetaan vielä sekkinä, jolloin raha tulee kassaan aikaisintaan seuraavassa kuussa, tai kaikki sekit lunastetaan vasta vuoden lopussa palvelumaksujen minimoimiseksi. On kuitenkin erittäin todennäköistä, että täällä Suomessakin Google alkaa käyttää elektronista varojen siirtoa, kuten naapurimaissa Ruotsissa ja Norjassa. Tällöin mainostuloista kuukauden viimeisenä päivänä laskettu tilitys tulisi ilman viivettä parin päivän päästä.

Vuoden 2006-2007 kassavirtaennusteisiin merkityt kävijät noudattavat aikaisempia kävijälukuja korotettuna n. 10 %:lla vuodessa. Kuten kesäkuukausina yleensä, myös ennusteissa on huomioitu kävijöiden ja netin käytön väheneminen kyseisenä aikana.

8.2.1 Vuoden 2005 kassavirtaennuste

Kuukausi	tammi	helmi	maalis	huhti	touko	kesä	heinä	elo	syys	loka	marras	joulu	Yht.
Alkusaldo	136	2114,5	2093	1135,5	1114	1092,5	1071	1009,5	988	966,5	945	923,5	
Kävijöitä	33042	26131	31295	28580	27052	16555	15191	21126	26415	26645	30767	28756	311555
KASSAANMAKSUT (+)													
TradeBoublers mainosrahat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	304	304
Google mainosrahat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yhteensä	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	304	304
KASSASTAMAUKSET (-)													
Futuron-Kotisivutila													
Oma domain (3 vuotta)													
Laajakaista	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
Tietokone			936										936
Alan lehdet (MikroBitti)							40						40
Sähkö (8snt/KWh)	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	30
Verot 2004 tuloista (13,5 %)												21,65	21,65
Yhteensä	21,5	21,5	957,5	21,5	21,5	21,5	61,5	21,5	21,5	21,5	21,5	43,15	1255,65
Oma rahoitus													
	2000												
Kassan muutos	1978,5	-21,5	-957,5	-21,5	-21,5	-21,5	-61,5	-21,5	-21,5	-21,5	-21,5	260,85	
Loppusaldo	2114,5	2093	1135,5	1114	1092,5	1071	1009,5	988	966,5	945	923,5	1184,35	1184,35

8.2.2 Vuoden 2006 kassavirtaennuste

Kuukausi	tammi	helmi	maalis	huhti	touko	kesä	heinä	elo	syys	loka	marras	joulu	Yht.
Alkusaldo	1184,35	1122,85	1101,35	1079,85	1274,35	1355,85	1290,25	1280,75	1331,25	1398,75	1466,25	1546,75	
Kävijöitä	31365	32373	34357	27996	25477	16638	16000	22000	27000	27000	31000	29000	320206
KASSAANMAKSUT (+)													
TradeBoublers mainosrahat	0	0	0	216	0	0	0	0	0	0	0	0	216
Google mainosrahat	0	0	0	0	103	55	52	72	89	89	102	96	658
Yhteensä	0	0	0	216	103	55	52	72	89	89	102	96	874
KASSASTAMAJSUT (-)													
Futuron-Kotisivutila						32							32
Oma domain (3 vuotta)						67,1							67,1
Laajakaista	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	228
Tietokone													0
Alan lehdet (MikroBitti+Pelit)	40						40						80
Sähkö (8snt/KWh)	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	30
Verot 2005 tuloista (13,5 %)												41,04	41,04
Yhteensä	61,5	21,5	21,5	21,5	21,5	120,6	61,5	21,5	21,5	21,5	21,5	62,54	478,14
Oma rahoitus													
	0												
Kassan muutos	-61,5	-21,5	-21,5	194,5	81,5	-65,6	-9,5	50,5	67,5	67,5	80,5	33,46	
Loppusaldo	1122,85	1101,35	1079,85	1274,35	1355,85	1290,25	1280,75	1331,25	1398,75	1466,25	1546,75	1580,21	1580,21

8.2.3 Vuoden 2007 kassavirtaennuste

Kuukausi	tammi	helmi	maalis	huhti	touko	kesä	heinä	elo	syys	loka	marras	joulu	Yht.
Alkusaldo	1580,21	1624,98	1713,07	1807,77	1879,3	1944,2	1947,3	1939,1	1990,76	2058,97	2127,19	2208,65	
Kävijöitä	33000	34000	36000	29000	27000	18000	17000	23000	28000	28000	32000	30000	335000
KASSAANMAKSUT (+)													
TradeBouler mainosrahat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Google mainosrahat	109,3	112,6	119,2	96,0	89,4	59,6	56,3	76,2	92,7	92,7	106,0	99,3	1109,3
Yhteensä	109,3	112,6	119,2	96,0	89,4	59,6	56,3	76,2	92,7	92,7	106,0	99,3	1109,3
KASSASTAMAJSUT (-)													
Futuron-Kotisivutila						32							32
Oma domain (3 vuotta)													
Laajakaista	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	264
Tietokone													0
Alan lehdet (MikroBitti+Pelit)	40						40						80
Sähkö (8snt/KWh)	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	30
Verot 2006 tuloista (13,5 %)												117,99	117,99
Yhteensä	64,5	24,5	24,5	24,5	24,5	56,5	64,5	24,5	24,5	24,5	24,5	142,49	523,99
Oma rahoitus													
	0												
Kassan muutos	44,77	88,08	94,71	71,53	64,9	3,1	-8,21	51,66	68,22	68,22	81,46	-43,15	
Loppusaldo	1624,98	1713,07	1807,77	1879,3	1944,2	1947,3	1939,1	1990,76	2058,97	2127,19	2208,65	2165,49	2165,49

8.3 Tuloslaskelmat

8.3.1 Vuoden 2005 tuloslaskelma

Erä	Summa	Selitys
LIIVEVAIHTO	304	Mainostuloista saatu raha.
- Poistot	-312	936 euron tietokone jaksotettu 3:lle vuodelle.
- Materiaalit ja palvelut	-268	Laajakaistan ja lehtitilauksen investoinnit.
- Liiketoiminnan muut kulut	-30	Tarvittava sähkö.
LIIVEVOITTO	-306	
- Verot	-41,04	Tuloista maksettava 13,5 % vero.
TILIKAUDEN VOITTO	-347,04	

8.3.2 Vuoden 2006 tuloslaskelma

Erä	Summa	Selitys
LIIVEVAIHTO	874	Mainostuloista saatu raha.
- Poistot	-312	936 euron tietokone jaksotettu 3:lle vuodelle.
- Materiaalit ja palvelut	-362,37	Laajakaista, lehtitilaus ja web-hotellin investoinnit.
- Liiketoiminnan muut kulut	-30	Tarvittava sähkö.
LIIVEVOITTO	169,63	
- Verot	-117,99	Tuloista maksettava 13,5 % vero.
TILIKAUDEN VOITTO	51,64	

8.3.3 Vuoden 2007 tuloslaskelma

Erä	Summa	Selitys
LIIVEVAIHTO	1109,3	Mainostuloista saatu raha.
- Poistot	-312	936 euron tietokone jaksotettu 3:lle vuodelle.
- Materiaalit ja palvelut	-398,37	Laajakaista, lehtitilaus ja web-hotellin investoinnit.
- Liiketoiminnan muut kulut	-30	Tarvittava sähkö.
LIIVEVOITTO	368,93	
- Verot	-149,75	Tuloista maksettava 13,5 % vero.
TILIKAUDEN VOITTO	219,18	

8.4 Taseet

8.4.1 Vuoden 2005 tase

Vastaavaa		Vastattavaa	
PYSYVÄT VASTAAVAT		OMA PÄÄOMA	
Aineelliset hyödykkeet (tietokone)	624	Oma rahoitus	2000
		Tilikauden 2004 voitto	114,35
		Tilikauden 2005 voitto	-347,04
		OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	1767,31
Rahat ja pankkisaamiset	1184,35	VIERAS PÄÄOMA	
		Verovelka 2005	41,04
VASTAAVAA YHTEENSÄ	1808,35	VASTATTAVAA YHTEENSÄ	1808,35

8.4.2 Vuoden 2006 tase

Vastaavaa		Vastattavaa	
PYSYVÄT VASTAAVAT		OMA PÄÄOMA	
Aineelliset hyödykkeet (tietokone)	312	Oma rahoitus	2000
		Tilikauden 2004 voitto	114,35
		Tilikauden 2005 voitto	-347,04
Aineettomat hyödykkeet (domain)	44,73	Tilikauden 2006 voitto	51,64
		OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	1818,95
Rahat ja pankkisaamiset	1580,21	VIERAS PÄÄOMA	
		Verovelka 2006	117,99
VASTAAVAA YHTEENSÄ	1936,94	VASTATTAVAA YHTEENSÄ	1936,94

8.4.3 Vuoden 2007 tase

Vastaavaa		Vastattavaa	
PYSYVÄT VASTAAVAT		OMA PÄÄOMA	
Aineelliset hyödykkeet (tietokone)	0	Oma rahoitus	2000
		Tilikauden 2004 voitto	114,35
		Tilikauden 2005 voitto	-347,04
Aineettomat hyödykkeet (domain)	22,37	Tilikauden 2006 voitto	51,64
		Tilikauden 2007 voitto	219,18
		OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	2038,13
Rahat ja pankkisaamiset	2165,49	VIERAS PÄÄOMA	
		Verovelka 2007	149,75
VASTAAVAA YHTEENSÄ	2187,86	VASTATTAVAA YHTEENSÄ	2187,88

8.5 Rahoitus

MVnet sivuston perustamiseksi tarvittu rahoitus on hoidettu kokonaan ylläpitäjien omien varojen avulla, eikä ulkopuolista rahoitusta ole tarvittu. Vuoden 2005 kassavirtaennusteen mukaan tähän olisi tarvittu yhteensä hieman yli 1000 euroa, vaikka projektiin varattiinkin yhteensä 2000 euroa. Sivuston ylläpito ja laitehankinnat tulevaisuudessa pyritään kokonaisuudessaan rahoittamaan Google-mainosten tuotoilla, mikä kassavirtaennusteiden ja taseiden mukaan näyttääkin mahdolliselta.

9. Riskianalyysi

9.1 SWOT-analyysi

Vahvuuksia	Heikkouksia
<ul style="list-style-type: none">• Sivuston kehittämiseen ja ylläpitoon löytyy ammattitaitoa ja intoa• Kiinnostava sisältö ja hyvä toteutus• Käyttäjien toiveiden kuuntelu palaute- ja äänestys-lomakkeilla• Maksullinen domain- ja hostingpalvelun ylläpito webhotellissa 24/7• Googlen kohdennettu mainonta	<ul style="list-style-type: none">• Vain toinen avainhenkilöstö osaa sivuston ylläpidon ja toteutuksen• Nettisivustolla vielä liian vähän sisältöä• Tarkempi tieto käyttäjistä ja toiveista vielä tarpeen, esim. ikä, sukupuoli jne.• MVnet-sivusto ei ole kansainvälinen, vain suomenkielistä sisältöä• Google ei kerro tarkasti, miten/mistä mainosrahat tulevat. Kohdennettu mainonta ei toimi aina kunnolla
Mahdollisuuksia	Uhkia ja riskejä
<ul style="list-style-type: none">• Oman verkko/huutokaupan perustaminen• internetin käyttö yhä kasvussa• Käyttäjille kohdennettu mainonta tulevaisuutta, voisi toimia jopa erittäin tehokkaasti	<ul style="list-style-type: none">• Kehittämiseen ja sisällöntuotantoon ei aina löydy aikaa• Ympäristöstä aiheutuvat riskit: tulipalo, laitteiston/tietojen tuhoutuminen, loukkaantuminen

9.2 Vahvuuksien, heikkouksien ja riskien arviointi ja niistä seuraavat toimenpiteet

Koko MVnet-www-sivuston suurin uhka on koko olemassaolon aikana ollut se, mistä saada aikaa koko sisällöntuotantoon ja kehittämiseen. Koska kummatkin avainhenkilöt opiskelevat päätoimisesti, ei sivuston tekoon voi keskittyä täysipainoisesti, vaikka intoa toteuttaa varastossa olevia uusia ideoita kyllä olisi. Ainut mahdollisuus on vapaa-ajalla tapahtuva sisällöntuotanto, joka keskittyy pääosin viikonlopuille ja lomille.

Sivuston sisällön kasvaessa myös palaute- ja äänestys-lomakkeet pyritään yhdistämään ja uusimaan. Tarkoituksena olisi kerätä käyttäjiltä enemmän tietoa itsestään ja sivuston parannettavuudesta.

Koska ylläpito ja päivitys tuskin tulee vähenemään, pitäisi kummankin avainhenkilön hallita nämä asiat. Ratkaisuna olisi joko koulutus erilaisia kursseja käymällä, tai sitten itsenäinen opiskelu ja käytännön kokeilu.

Onnistuneena ratkaisuna voisi pitää oman maksullisen domain- ja hostingpalvelun ylläpidon ostoa Futuron webhotellista. Tämä mahdollistaa nopeammin ja varmemmin toimivat sivut uusilla ja laajemmilla ominaisuuksilla ja mahdollisuuksilla. Oma domain luo myös lisää uskottavuutta.

Googlen kohdennetusta mainonnasta löytyy sekä vahvuuksia, että heikkouksia. Käyttäjille kohdennettuna ne kyllä herättävät enemmän mielenkiintoa, kuin tavalliset mainokset ja ovat ylläpidon kannalta helppohoitoisia. Valitettavasti kohdennus ei aina toimi kunnolla, eikä Google myöskään tarkasti kerro, mitkä asiat kohdennuksessa vaikuttavat. Myös raha-asioissa Google pysyttelee hiljaa, eikä tarkalleen kerro, miten mainostajat maksavat mainostamisesta rahaa. Liiketoimintasalaisuuden takia näistä asioista tuskin tarkasti kerrotaankaan, joten näihin asioihin ei itse pysty vaikuttamaan. Jos haluaa käyttää Google-mainoksia, täytyy vain luottaa, että yhtiö osaa hommansa.

Ympäristöstä aiheutuviin riskeihin ja sen seurauksena mahdollisesti aiheutuneisiin vaurioihin ja kuluihin (laitteiston/tiedon tuhoutuminen) pyritään varautumaan käyttämällä toiminnassa tervettä järkeä ja hankkimalla/tekemällä turvallinen työympäristö, asiaankuuluvat vakuutukset, palovaroittimet ja varmuuskopiot.

10. Liitteet

Alle on listattu liiketoimintasuunnitelmassa lueteltujen toimijoiden/palvelujen tarkat internet-osoitteet.

MVnet-www-sivuston osoite: <http://www.mvnet.fi/>

TradeDoubler: <http://www.tradedoubler.com/pan/public>

Google-mainokset: <http://www.google.fi/ads/>

Pelit-lehden osoite: <http://www.pelit.fi/>

Mikrobitti-lehden osoite: <http://www.mikrobitti.fi/>

Futuron webhotellin osoite: <http://www.futuron.org/>

MVnet-www-sivustolla olleiden palaute ja äänestyslomakkeiden avulla tehdyn markkinatutkimuksen tarkan dokumentaation saa halutessaan pdf-liitetiedostona kysymällä sitä sähköpostilla. Tätä satasivuista ja myös paljon turhaa tietoa sisältävää järkälettä ei mielestäni kannatanut printata.