



Verkkokauppa Pohjoismaissa

Puolivuotisraportti

TEEMA:
Kuluttajavetoinen
logistiikka

postnord



Kuluttajien valta on kasvanut

Verkkokauppa yleistyy kaikkialla Pohjoismaissa, ja yhä useampi verkko-ostos tehdään matkapuhelimella. Pohjoismaisen verkkokaupan kasvuun vaikuttaa ennen kaikkea tietokoneiden ja digitaalitekniikan parissa kasvanut nuorten sukupolvi. Nuoret kuluttajat paitsi tekevät eniten verkko-ostoksia, myös vaikuttavat verkkokaupan kehitykseen.

Yksi merkittävimmistä muutoksista on, että kuluttajilla on yhä enemmän vaikutusvaltaa. Siksi jatkossa on entistäkin tärkeämpää tarjota asiakkaiden toiveiden pohjalta kehitettyjä ratkaisuja menestyksekkään verkkokaupan varmistamiseksi. Juuri tästä syystä olemme päättäneet keskittyä raportissamme kuluttajavetoiseen logistiikkaan.

Kuluttajien selkeänä vaatimuksena on saada itse valita, miten, missä ja milloin he tekevät ostoksensa ja vastaanottavat tilauksensa. Toimituksista on toisin sanoen tullut luonnollinen ja erottamaton osa ostokokemusta. Kuluttajat hakevat tietyt tuotteet mieluiten myymälästä tai noutopisteestä, kun taas jotkin tuotteet halutaan vastaanottaa suoraan postilaatikkoon. Joskus kuluttajille on myös tärkeää, että tuotteet toimitetaan samana päivänä kotiovelle.

Kuluttajien toiveisiin vastaaminen on verkkokauppojen liiketoiminnan kannalta ratkaisevaa, ja parhaiten menestyvät ne yritykset, jotka onnistuvat täyttämään asiakkaiden vaatimukset sekä luomaan sujuvan ja tehokkaan osto- ja toimitusprosessin.

PostNord seuraa verkkokaupan kehitystä tiiviisti. Pohjoismaisista markkinoista tekemämme selvitykset ja kokemuksemme alalta mahdollistavat sen, että kykenemme jatkuvasti kehittämään tarjontaamme vastataksemme kuluttajien tarpeisiin innovatiivisella ja joustavalla tavalla. Tällä tavoin toivomme myös voivamme auttaa luomaan parhaat mahdolliset edellytykset verkkokaupan tulevalle kasvulle kaikkialla Pohjoismaissa.

Håkan Ericsson

PostNordin toimitus- ja konsernijohtaja

Tietoa verkkokaupasta Pohjoismaissa

PostNord on seurannut verkkokaupan pohjoismaista kehitystä jo kahdeksan vuoden ajan. Tammikuusta 2016 alkaen seuranta on tehty kuukausittain. Tämä mahdollistaa tarkemman tiedonkeruun, mutta tarkoittaa myös, etteivät kuluvan vuoden tulokset ole vertailukelpoisia aikaisempien vuosien kanssa, jolloin kuluttajien tottumuksia seurattiin neljännesvuosittain. Pohjoismaisen verkkokaupan arvioitua kokonaismäärää koskeva tutkimuksen osa perustuu kuluttajien arvioon siitä, kuinka paljon he ovat tehneet verkko-ostoksia yhteensä sekä kuinka paljon he ovat tehneet ostoksia ulkomaisista verkkokaupoista.

Verkkokauppa Pohjoismaissa – puolivuotisraportti perustuu Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa ja Suomessa tehtyihin kuluttajatutkimuksiin, jotka toteutettiin kuukausittain helmikuun ja heinäkuun välisenä aikana. Niihin vastasi yhteensä 45 264 kuluttajaa.

Tässä raportissa verkkokaupan määritelmänä pidetään tuotteiden myymistä internetin kautta niin, että tilatut tuotteet toimitetaan kuluttajalle kotiin tai noutopisteeseen tai että kuluttaja noutaa ne myymälästä, varastosta tai pakettipisteestä.

Verkkokaupalla ei siis tarkoiteta

- ennakoon internetissä varatun tuotteen ostamista myymälästä
- palveluiden (esimerkiksi matkojen, hotellien tai konserttilippujen) myymistä internetin kautta
- yritysten välistä kauppaa internetissä
- yksityishenkilöiden välistä kauppaa internetissä.

Kuluttajatutkimukset tehdään koko maan laajuisesti valitulle 18–79-vuotiaiden väestötokselle kussakin maassa. Tutkimukset toteutettiin TNS SIFO:n verkkopaneelin avulla kuutena eri ajankohtana helmikuun ja heinäkuun välisenä aikana 2016. Ruotsissa tutkimuksiin osallistui 9 797, Tanskassa 10 170, Norjassa 10 318 ja Suomessa 14 979 vastaajaa.

Koska kyse on verkossa tehtävästä tutkimuksesta, tulokset vastaavat sitä väestönosaa, jolla on käytettävissään internetyhteys. Kun arviot esitetään suhteutettuna koko väestöön, tulokset on laskettu sen perusteella, mikä on internetin levinneisyys kyseisellä markkina-alueella.

VERKKOKAUPAN KEHITYS

postnord

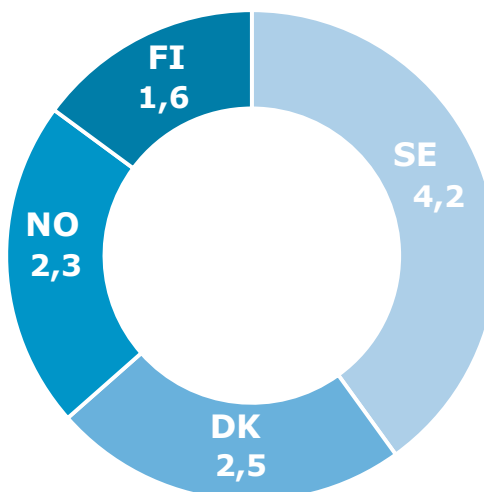
Pohjoismaista verkkokauppaa 10,6 miljardilla eurolla vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla

VERKKOKAUPPA POHJOISMAISSA

Verkkokaupan arvo yltää Pohjoismaissa miljardeihin. Kotimaiset ja ulkomaiset verkkokaupat sekä Pohjoismaissa kotimarkkinoitaan pitävät toimijat pystyivät vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla kilpailemaan markkinoilla, joilla kuluttajat tekivät ostoksia 10,6 miljardilla eurolla. Keskimäärin kolme neljäsosaa tästä summasta kohdistuu kansallisiin verkkokauppoihin kussakin maassa, mutta maiden välillä on myös huomionarvoisia eroja. Ruotsalaiset kuluttajat tekevät ostoksia enemmän kansallisista verkkokaupoista, kun taas Suomessa tehdään eniten verkko-ostoksia ulkomailta.

Koska mittaustapaa muutettiin neljännesvuosittaisista tutkimuksista kuukausittaisiin tutkimuksiin, vuoden 2016 tulokset eivät ole vertailukelpoisia aikaisempien vuosien kanssa.

Pohjoismaisten kuluttajien verkko-ostosten arvo vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla (miljardia Ruotsin kruunua)



Pohjoismaisten kuluttajien kotimaastaan ja ulkomailta tekemien verkko-ostosten arvo vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla (miljardia Ruotsin kruunua)



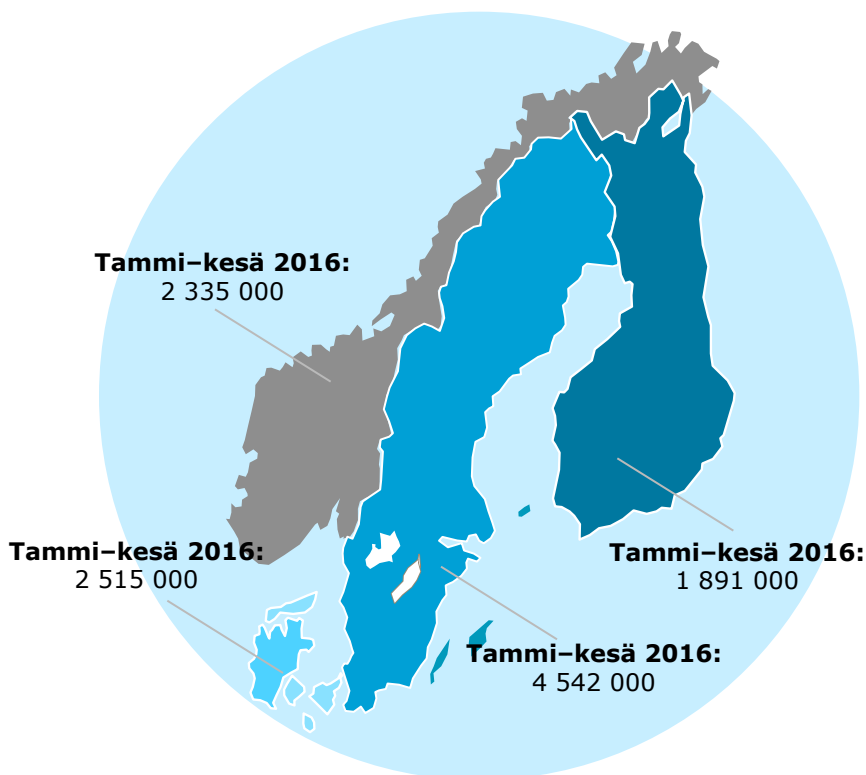
Perustuu kunkin maan vastaajien keskimääräiseen arvioon, kun heiltä kysyttiin: "Kuinka suurella summalla arvioit ostaneesi tuotteita ulkomaisista verkkokaupoista viimeisen kuukauden aikana?" (Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia viimeisen kuukauden aikana tehneet)

**Kotimaisen verkkokaupan arvo perustuu kuluttajien arvioon siitä, miten paljon he ovat yhteensä tehneet verkko-ostoksia kyseisenä ajanjaksona, kun siitä vähennetään heidän arvionsa siitä, millä summalla he ovat tehneet verkko-ostoksia ulkomaisista verkkokaupoista.*

VERKKOKAUPAN KEHITYS

Ruotsalaiset tekevät eniten verkko-ostoksia koko Pohjoismaissa

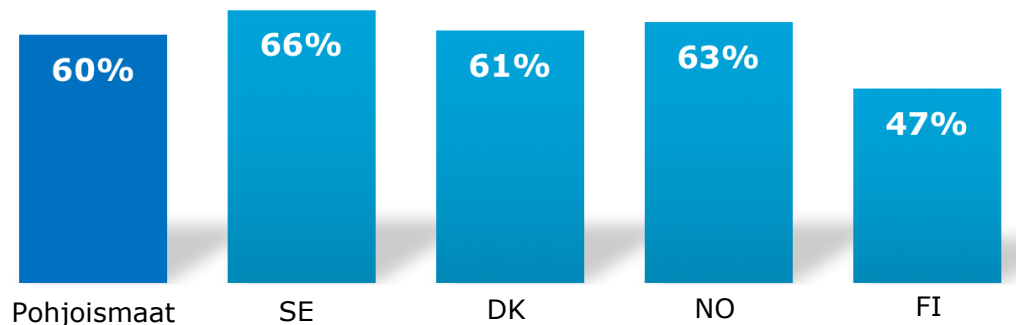
VERKKO-OSTOKSIA TEHNEET KULUTTAJAT



Kuusi kymmenestä pohjoismaalaisesta teki verkko-ostoksia vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla. Keskimäärin verkko-ostoksia teki kuukaudessa 11 283 000 pohjoismaista kuluttajaa. Eniten verkko-ostoksia tehdään Ruotsissa, missä verkkokaupamarkkinat ovat jo pitkälti kypsät, toimijat ovat vakiinnuttaneet asemansa, kilpailu toimii ja logistiikalle on oma kehittynyt infrastruktuurinsa. Tanskalaiset ja norjalaiset kuluttajat tekevät seuraavaksi eniten verkko-ostoksia.

Myös Suomessa verkkokauppa on kasvussa, mutta eri alojen välillä on suurta vaihtelua ja suomalaiset ostavat verkosta harvemmin kuin muut pohjoismaiset kuluttajat. Ruotsalaiset ja tanskalaiset ostavat verkosta selvästi useammin kuin norjalaiset ja suomalaiset. Miehet ja naiset tekevät yhtä paljon verkko-ostoksia kaikissa maissa.

Verkko-ostoksia tehneiden kuluttajien osuus



VERKKOKAUPAN KEHITYS

Nuoret kiihdyttävät kasvua

postnord

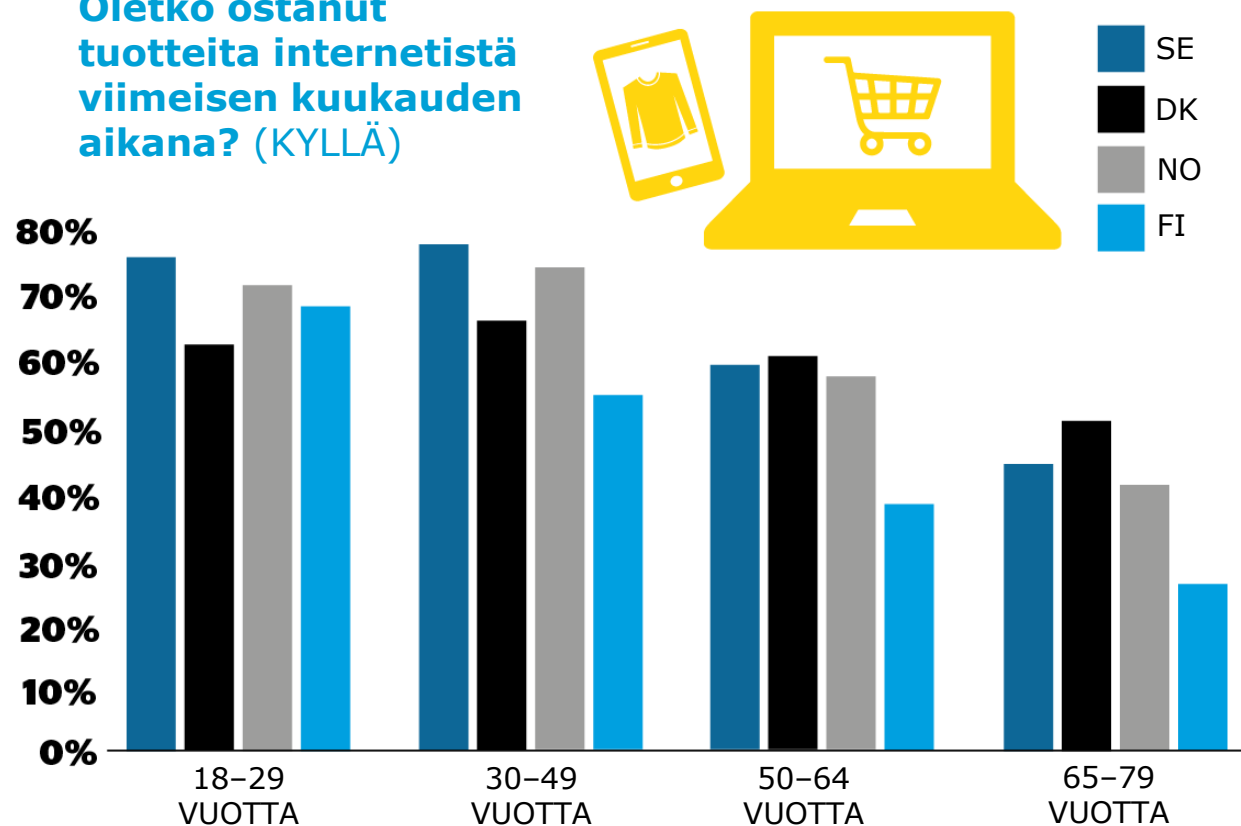
SELKEÄT EROT IKÄRYHMIEN VÄLILLÄ

Nuoret kuluttajat vaikuttavat eniten pohjoismaisen verkkokaupan kehitykseen. Kyseessä on sukupolvi, joka on kasvanut tietokoneiden parissa, osaa hyödyntää tablettien ja älypuhelimien tarjoamia toimintoja sekä on tottunut navigoimaan internetin avaamassa mahdollisuuksien maailmassa fyysiseen maailmaan juuttumatta.

Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa verkko-ostoksia tehdään yleisimmin alle 50-vuotiaiden keskuudessa. Ikäryhmään 18–29 vuotta kuuluvat ne kuluttajat, joille internet on kuin toinen olohuone. Ikäryhmään 30–49 vuotta kuuluvat puolestaan ne kuluttajat, jotka luovat uraa ja joilla on lapsia sekä joille verkkokauppa edustaa siksi mahdollisuutta käyttää omaa aikaa ja energiaa tehokkaammin.

Suomessa tottumukset ovat osittain erilaisia. Suomalaisista kuluttajista verkko-ostoksia tekevät eniten 18–29-vuotiaat. Tätä vanhemmissa ikäryhmissä verkko-ostoksia tehdään portaittain yhä vähemmän. Vain joka neljäs yli 65-vuotias suomalainen on tehnyt verkko-ostoksia. Verkkokauppatoimijoilla onkin Suomessa yhä työskarkaa saada kuluttajat luottamaan verkossa asioimiseen.

Oletko ostanut tuotteita internetistä viimeisen kuukauden aikana? (KYLLÄ)



Luvut viittaavat kuukausikohtaisiin keskiarvoihin (tammikuu–kesäkuu).
Tutkimusjoukko: koko väestö

Vaatteita ja kenkiä ostetaan eniten

TUTUT TUOTTEET KÄRJESSÄ

Pohjoismaiset kuluttajat ostavat verkosta eniten vaatteita ja kenkiä sekä mediatuotteita ja viihde-elektroniikkaa. Suosituimmat tuoteryhmät ovat samat kaikissa Pohjoismaissa.

Huomionarvoista on, että päivittäistavaroiden ostaminen verkosta on yleisempää Tanskassa kuin muissa Pohjoismaissa. Tanskassa päivittäistavara-ala ryhtyi jo varhain tarjoamaan elintarvikkeiden ja muiden hyödykkeiden kotiinkuljetusta, ja niiden verkkokauppa kasvaakin nopeasti. Kotiinkuljetuksilla on Tanskassa yleisestikin pitkät perinteet, mikä on todennäköisesti vaikuttanut siihen, etteivät kuluttajat koe välttämättä tarvetta päästä näkemään ja tunnustelemaan tuotetavaroita ennen ostoa.

Ruotsissa on muihin Pohjoismaihin verrattuna selvästi yleisempää ostaa kauneuteen ja terveyteen liittyviä tuotteita. Ruotsissa kauneusala on ollut jo pitkään vakiintunut, ja sillä toimii monia kokeneita yrittäjiä. Myös ruotsalaista apteekkialaa voidaan pitää eräänlaisena verkkokaupan pioneerinä. Suurten erikoistuneiden verkkoapteekkien lisäksi verkkomyyntiä ovat alkaneet tarjota viime vuosina myös perinteiset kivijalka-apteekit. Kuluttajat ovatkin lyhyessä ajassa ryhtyneet hyödyntämään apteekkituotteiden laajempaa saatavuutta ja kotiinkuljetusmahdollisuutta.

Millaisia tuotteita olet ostanut verkosta viimeisen kuukauden aikana?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia viimeisen kuukauden aikana tehneet	Pohjois- maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Vaatteet/kengät	31 %	33 %	29 %	27 %	32 %
Mediatuotteet*	26 %	29 %	22 %	27 %	28 %
Viihde-elektroniikka**	21 %	21 %	21 %	19 %	24 %
Kauneus/terveys	19 %	25 %	15 %	18 %	13 %
Urheilu/vapaa-aika	10 %	9 %	10 %	13 %	11 %
Auto-/vene-/moottoripyörä-tarvikkeet	6 %	6 %	4 %	6 %	7 %
Lastentarvikkeet/lelut	6 %	8 %	7 %	6 %	4 %
Päivittäistavarat	5 %	5 %	8 %	5 %	4 %

* Sisältää muun muassa kirjat, CD-levyt ja elokuvat.

** Sisältää muun muassa tietokoneet ja tietokonetarvikkeet, matkapuhelimet sekä multimedialaitteet.

Kaikki luvut viittaavat kuukausikohtaisiin keskiarvoihin (tammikuu–kesäkuu).

VERKKOKAUPAN KEHITYS

postnord

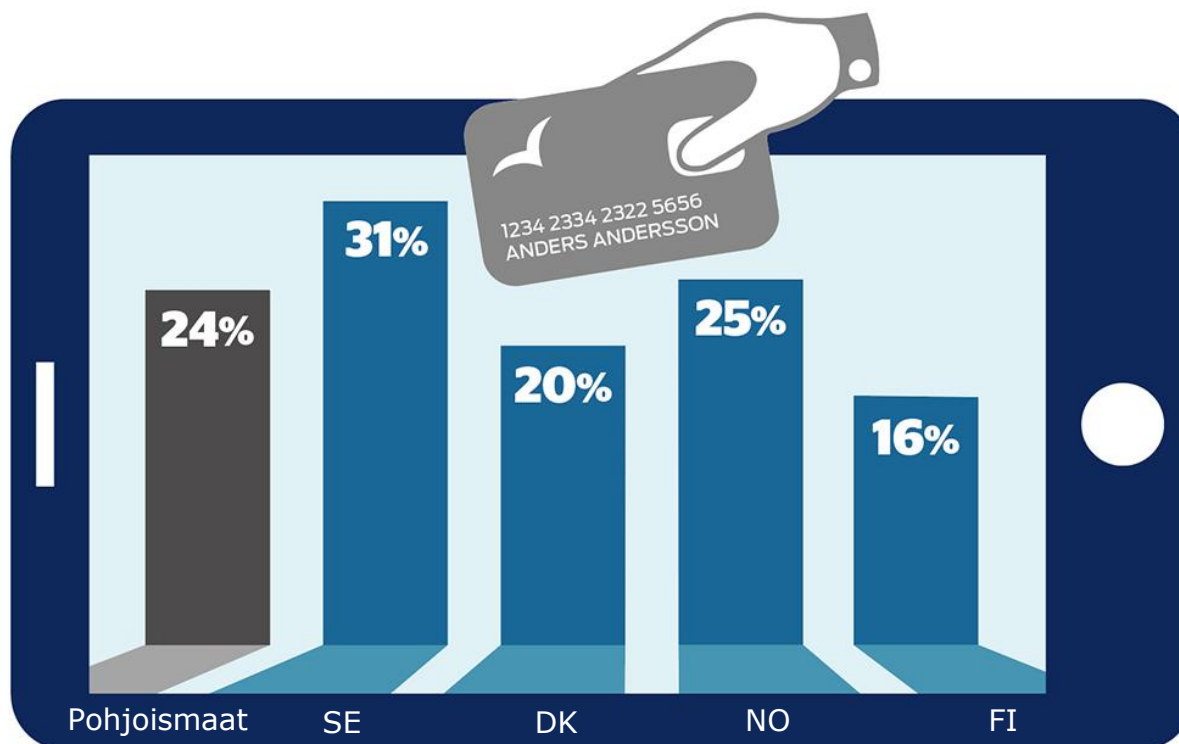
Yksi neljästä tekee verkko-ostoksia matkapuhelimella

RUOTSISSA MATKAPUHELIMEN KÄYTTÖ YLEISINTÄ

Joka neljäs pohjoismainen kuluttaja käyttää matkapuhelintaan verkko-ostosten tekemiseen. Erot maiden ja myös eri ikäryhmien välillä ovat kuitenkin huomattavat. Esimerkiksi ruotsalaiset tekevät matkapuhelimella verkko-ostoksia kaksinkertaisesti suomalaisiin verrattuna. Yleisesti ottaen 18–49-vuotiaat käyttävät matkapuhelinta verkko-ostoksiin huomattavasti useammin kuin vanhemmat ikäryhmät. Harvimminkin matkapuhelinta käytetään verkko-ostoksiin Suomessa, mutta osuuden voidaan odottaa kasvavan sitä mukaa, kun suomalaiset verkkokaupat kehittävät responsiivisia sivuja. Kehitys onkin kiihtynyt nopeasti Googlen ilmoitettua uudesta käytännöstään priorisoida responsiivisia sivuja hakutuloksissaan.

Matkapuhelin on kasvattanut suosiotaan ostokanavana jo pitkän aikaa paljolti siitä syystä, että se on digitaalisista laitteista useimmin käden ulottuvilla. Matkapuhelinta tullaan todennäköisesti käyttämään verkko-ostoksiin yhä enemmän sitä mukaa, kun entistä useammat toimijat kehittävät pienille näytöille optimoituja palveluita.

Oletko viimeisen kuukauden aikana tehnyt yhden tai useamman ostoksen matkapuhelimellasi? (KYLLÄ)



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia viimeisen kuukauden aikana tehneet

VERKKOKAUPAN KEHITYS

postnord

Tanskalaiset ostavat päivittäistavaroita matkapuhelimella

VAATTEET JA KENGÄT SUOSITUIMPIA

Vaatteet ja kengät ovat ylivoimaisesti suosituimpia tuotteita myös matkapuhelimella tehtävissä verkko-ostoksissa, ja niitä ostavat ennen kaikkea suomalaiset ja ruotsalaiset kuluttajat. Vaatteiden ja kenkien verkkokauppa on erittäin vakiintunut, ja verkkokauppatoimijat ovat kehittäneet matkapuhelimille optimoituja sivuja, jotka tarjoavat kuluttajille samoja palveluita kuin tietokoneella selattavat sivustot, esimerkiksi videoita, koko-oppaita ja yksityiskohtaisia tuotetietoja. Alalla on myös pitkät postimyyntiperinteet, minkä ansiosta asiakkaiden on ollut muihin aloihin verrattuna helpompi siirtyä asioimaan verkkokauppoihin.

Mediatuotteita ostetaan verkosta matkapuhelimella huomattavasti harvemmin Tanskassa kuin muissa Pohjoismaissa. Sen sijaan selvästi suurempi osa tanskalaisista verkkokauppa-asiakkaista ostaa matkapuhelimellaan päivittäistavaroita, mikä vahvistaa alan kasvua. Kauneuden ja terveyden alalla Ruotsi erottuu joukosta, ja maassa toimivat verkkokaupat ovatkin onnistuneet kehittämään houkuttelevia ja käytännöllisiä sivustoja, jotka toimivat kaikilla näytöillä.

Millaisia tuotteita olet ostanut verkosta matkapuhelimella viimeisen kuukauden aikana?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia matkapuhelimella tehneet	Pohjoismaat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Vaatteet/kengät	30 %	35 %	25 %	20 %	34 %
Viihde-elektroniikka*	20 %	23 %	15 %	15 %	25 %
Mediatuotteet**	19 %	30 %	7 %	16 %	16 %
Kauneus/terveys	17 %	27 %	10 %	17 %	6 %
Urheilu/vapaa-aika	8 %	9 %	6 %	10 %	6 %
Lastentarvikkeet/lelut	8 %	9 %	11 %	6 %	4 %
Auto-/vene-/moottoripyörä-tarvikkeet	6 %	7 %	6 %	4 %	8 %
Päivittäistavarat	6 %	4 %	14 %	4 %	5 %

* Sisältää muun muassa tietokoneet ja tietokonetarvikkeet, matkapuhelimet sekä multimedialaitteet.

** Sisältää muun muassa kirjat, CD-levyt ja elokuvat.

VERKKOKAUPAN KEHITYS

postnord

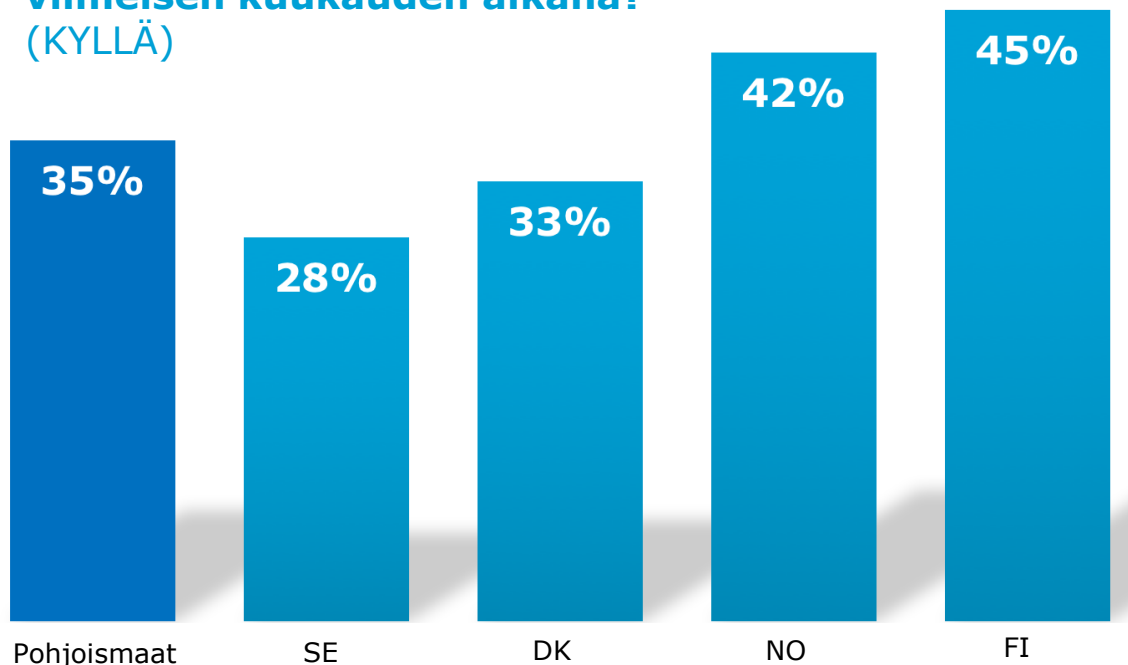
Suomalaiset ostavat usein ulkomailta

VERKKO-OSTOKSET ULKOMAILTA

Verkkokaupan ansiosta yksittäisten kuluttajien on huomattavasti helpompaa tehdä ostoksia suurista ja usein edullisemmista valikoimista, joita ei ole tarjolla heidän kotimaassaan. Kolmasosa pohjoismaisista kuluttajista kertoi tehneensä verkko-ostoksia ulkomailta vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla.

Tarkastelemalla ulkomaisen verkkokaupan osuutta eri Pohjoismaissa saadaan suuntaa antava kuva siitä, kuinka vahvaa kansallinen verkkokauppa on kussakin maassa. Ruotsissa tehdään vähiten ostoksia ulkomaisista verkkokaupoista, mikä johtuu siitä, että maassa toimii monia vakiintuneita kansallisia verkkokaupparyityksiä, jotka edustavat laajaa alojen kirjoa. Norjalaisten ja suomalaisten kuluttajien on edelleen käännäyttävä ulkomaisten verkkokauppojen puoleen löytääkseen kaiken tarvitsemansa.

Oletko tehnyt ostoksia
ulkomaisista verkkokaupoista
viimeisen kuukauden aikana?
(KYLLÄ)



*Luvut viittaavat kuukausikohtaisiin keskiarvoihin (tammikuu–kesäkuu).
Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet*

VERKKOKAUPAN KEHITYS

Suurin osa ostaa Isosta-Britanniasta

VERKKO-OSTOKSET ULKOMAILTA

Kansainvälinen verkkokauppa houkuttelee monia pohjoismaisia kuluttajia. Vuoden 2016 ensimmäisellä puoliskolla verkko-ostoksia tehtiin eniten Isosta-Britanniasta ja Kiinasta. Isossa-Britanniassa toimii valikoimiltaan erinomaisia vaatteiden verkkokauppoja sekä Amazon, jolla on valtava tarjonta mediatuotteita. Lisäksi punnan arvo on heikentynyt marraskuusta 2015.

Kiinasta tehdään paljon verkko-ostoksia ennen kaikkea sen edullisen viihde-elektroniikkatarjonnan ansiosta. Kuluttajia houkuttelevat myös edulliset vaatteet ja alhaiset toimituskulut. Viimeisen vuoden aikana juanin arvo on kuitenkin vahvistunut. Jää nähtäväksi, saako se kuluttajat tekemään edullisia ostoksia ennemmin muista Aasian maista.



Mistä maista olet ostanut tuotteita internetin kautta viimeisen kuukauden aikana? Viiden kärki

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia ulkomailta tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Iso-Britannia	30 %	34 %	27 %	21 %
Saksa	21 %	26 %	10 %	26 %
USA	18 %	14 %	27 %	14 %
Kiina	29 %	22 %	30 %	23 %
Tanska	7 %			
Ruotsi		11 %	13 %	19 %

Värillinen kenttä tarkoittaa, että vastausvaihtoehto jäi viiden kärjen ulkopuolelle tai ei ollut valittavissa.

Pohjoismaat

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia ulkomailta tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Ostanut Ruotsista		11 %	13 %	19 %
Ostanut Tanskasta	7 %		9 %	3 %
Ostanut Norjasta	1 %	1 %		2 %
Ostanut Suomesta	0 %	1 %	1 %	

Värillinen kenttä tarkoittaa, ettei vastausvaihtoehto ollut valittavissa.

VERKKOKAUPAN KEHITYS

Vaatteet ja kengät suosituimpia

postnord

VERKKO-OSTOKSET ULKOMAILTA

Vaatteet ja kengät ovat suosituimpia tuotteita, kun pohjoismaiset kuluttajat tekevät verkko-ostoksia ulkomailta. Se on luonnollista seurausta siitä, että muutamat Euroopan suurimmista verkkokauppa-yrityksistä myyvät nimenomaan vaatteita.

Tanskassa, Norjassa ja Suomessa on yhtä tavallista ostaa ulkomaisista verkko-kaupoista mediatuotteita, kuten viihde-elektroniikka, kun taas Ruotsissa viihde-elektroniikkaa myyviin ulkomaisiin toimijoihin luotetaan vähemmän. Ruotsissa on sen sijaan monia erilaisia verkkokauppa-toimijoita, joilla on erittäin laajat valikoimat. Siksi ulkomaisissa verkkokaupoissa asioidaan pikemminkin edullisten hintojen kuin suuremman valikoiman perässä.



Millaisia tuotteita olet ostanut ulkomaisista verkkokaupoista viimeisen kuukauden aikana? (keskiarvo tammi–kesä)

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia ulkomailta tehneet	Pohjois-maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Vaatteet/kengät	27 %	28 %	25 %	23 %	34 %
Mediatuotteet*	19 %	19 %	18 %	18 %	23 %
Viihde-elektroniikka**	15 %	12 %	19 %	17 %	17 %
Auto-/vene-/moottoripyörätarvikkeet	10 %	8 %	10 %	15 %	11 %
Lastentarvikkeet/lelut	9 %	9 %	10 %	9 %	10 %
Kauneus/terveys	8 %	9 %	5 %	8 %	9 %
Urheilu/vapaa-aika	5 %	7 %	4 %	5 %	4 %
Päivittäistavarat	2 %	1 %	3 %	3 %	3 %

* Sisältää muun muassa kirjat, CD-levyt ja elokuvat.

** Sisältää muun muassa tietokoneet ja tietokonetarvikkeet, matkapuhelimet sekä multimedialaitteet.

TEEMA:

Kuluttajavetoinen logistiikka



TOIMITUSTEN NYKYTILA

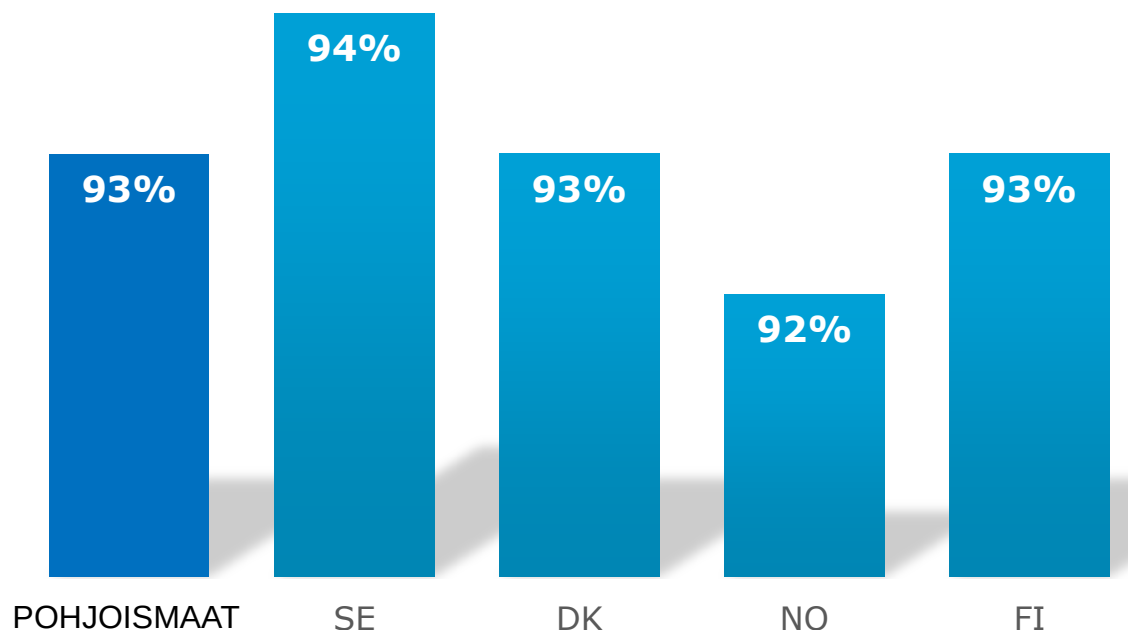
Asiakkaat erittäin tyytyväisiä kaikissa Pohjoismaissa

VALINNANVAPAUS TOIMITUKSISSA

Verkkokauppayritykset ja logistiikkatoimijat ovat panostaneet sujuvien toimitusratkaisujen kehittämiseen, mikä on kantanut hedelmää. Asiakkaat ovat toimituksiin erittäin tyytyväisiä kaikissa Pohjoismaissa. Useampi kuin yhdeksän kymmenestä pohjoismaisesta verkkokauppa-asiakkaasta on tyytyväinen viimeisimpään verkko-ostokseensa.

Norjassa ja Suomessa kuluttajat ovat yhtä tyytyväisiä iästä riippumatta. Ruotsissa ja Tanskassa sen sijaan nuoret suhtautuvat toimituksiin kriittisemmin kuin vanhemmat kuluttajat. Ruotsiin ja Tanskaan toimittavien verkkokauppojen onkin oltava tietoisia, että nuoret vaativat toimituksilta enemmän. Nuoret kuluttajat ostavat verkosta muita useammin, ja heillä on selkeä käsitys ihanteellisesta toimituksesta. Heillä on selvät odotukset esimerkiksi toimitusajasta ja -tavasta sekä siitä, millaista tietoa ja palvelua heille tarjotaan prosessin aikana.

**Muistele viimeisintä verkko-ostostasi.
Kuinka tyytyväinen olit toimitukseen?**
(Erittäin tyytyväisten ja melko tyytyväisten osuus)



TOIMITUSTEN NYKYTILA

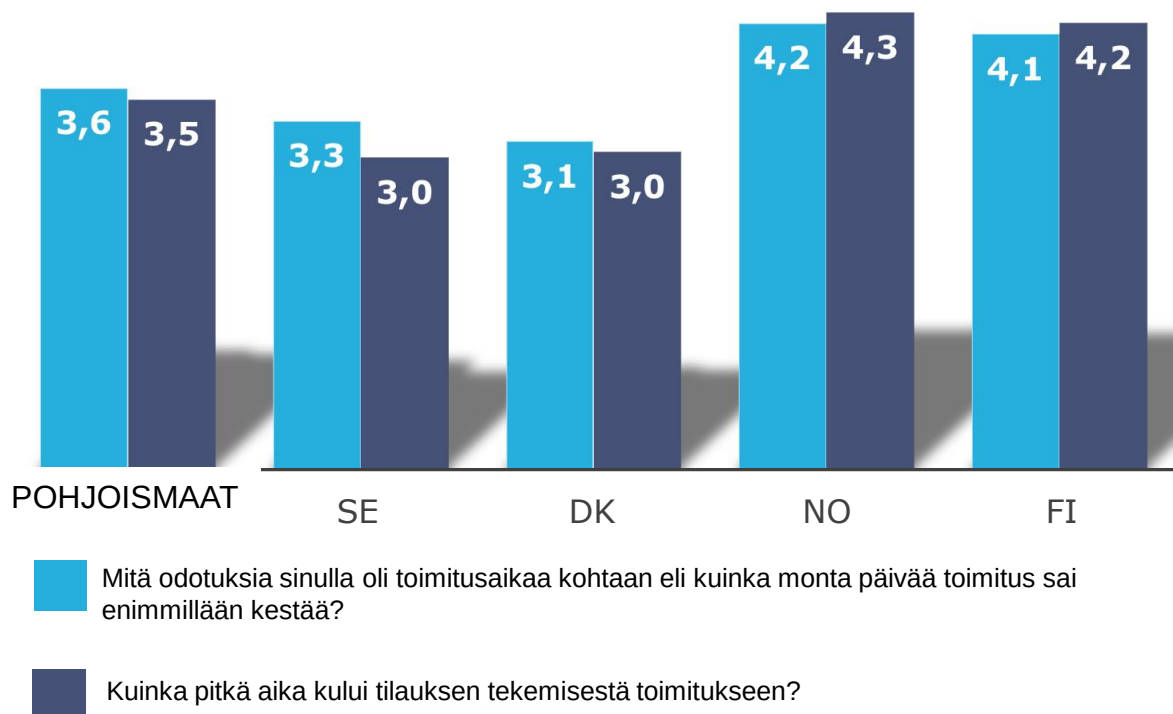
postnord

Toimitusajat vastaavat odotuksia

ERILAISET KÄSITYKSET NOPEISTA TOIMITUKSISTA

Verkko-ostoksia tekevät kuluttajat ovat harvoin valmiita odottamaan tilaustaan pitkään. Verkkokauppayritykset ja logistiikkatoimijat ovatkin asettaneet selkeitä tavoitteita vastatakseen kuluttajien toiveisiin. Kun kuluttajat pidetään tyytyväisinä, on pienempi riski, että he valitsevat ennemmin perinteisen myymälän tai muun verkkokaupan.

Yhteistä kaikille maille on, että keskimääräinen toimitusaika pääosin vastaa kuluttajien odotuksia. Ruotsalaiset ja tanskalaiset odottavat – ja myös saavat – nopeimpia toimituksia. Norjassa ja Suomessa kuluttajat tekevät puolestaan enemmän verkko-ostoksia ulkomailta. Todennäköisesti siitä syystä sekä odotetut että toteutuneet toimitusajat ovat noin päivän pidempiä.



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet

TOIMITUSTEN NYKYTILA

Noutopisteestä noutaminen tavallisinta

postnord

TOIMITUSTAVAT

Ehdottomasti yleisin toimitustapa pohjoismaisten verkkokauppa-asiakkaiden tilauksille on toimitus noutopisteeseen. Keskimäärin neljä kymmenestä pohjoismaisesta verkkokauppatoimituksesta kulkee noutopisteen kautta. Maiden väliset erot ovat kuitenkin huomattavat. Ruotsissa noutopisteillä on pitkät perinteet, minkä vuoksi se on maassa lähes kolme kertaa yleisempi toimitustapa kuin Suomessa. Suomessa suositaan sen sijaan enemmän pakettiautomaatteja.

Kotiinkuljetus ei ole vielä kovin vakiintunut toimitustapa useimmissa Pohjoismaissa. Yleisimpiä ne ovat Tanskassa, missä kotiinkuljetuksilla on pidemmät perinteet. Lisäksi Tanskassa on muita maita yleisempää saada toimitukset kotiinkuljetuksena ilman, että vastaanottajan tarvitsee kuitata lähetystä. Myös lauantaitoimitukset ovat kasvattaneet suosiotaan, sillä monet kuluttajat ovat silloin kotona valmiina vastaanottamaan tilaamansa tuotteet.

Muistele viimeisintä verkko-ostostasi. Miten tilauksesi toimitettiin?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Pohjois- maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Noudin sen itse pakettipisteestä	42 %	60 %	32 %	40 %	22 %
Se toimitettiin postilaatikkooni	24 %	22 %	18 %	35 %	24 %
Se toimitettiin minulle kotiin ja jätettiin oveni ulkopuolelle (ilman, että minun piti kuitata vastaanottaneeni lähetysten)	6 %	5 %	12 %	3 %	6 %
Se toimitettiin minulle kotiin päiväsaikaan (ei postilaatikkoon), ja kuittasin vastaanottaneeni lähetysten	6 %	4 %	12 %	3 %	8 %
Noudin sen itse pakettiautomaatista	5 %	0 %	9 %	1 %	15 %
Noudin sen itse verkkokaupan fyysisestä myymälästä tai varastosta	4 %	3 %	3 %	4 %	6 %
Se toimitettiin työpaikalleni	2 %	1 %	4 %	1 %	1 %
Se toimitettiin minulle kotiin ilta-aikaan (ei postilaatikkoon), ja kuittasin vastaanottaneeni lähetysten	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %

KULUTTAJAN VALTA TOIMITUKSISSA

postnord

Tärkeää tarjota useita vaihtoehtoja

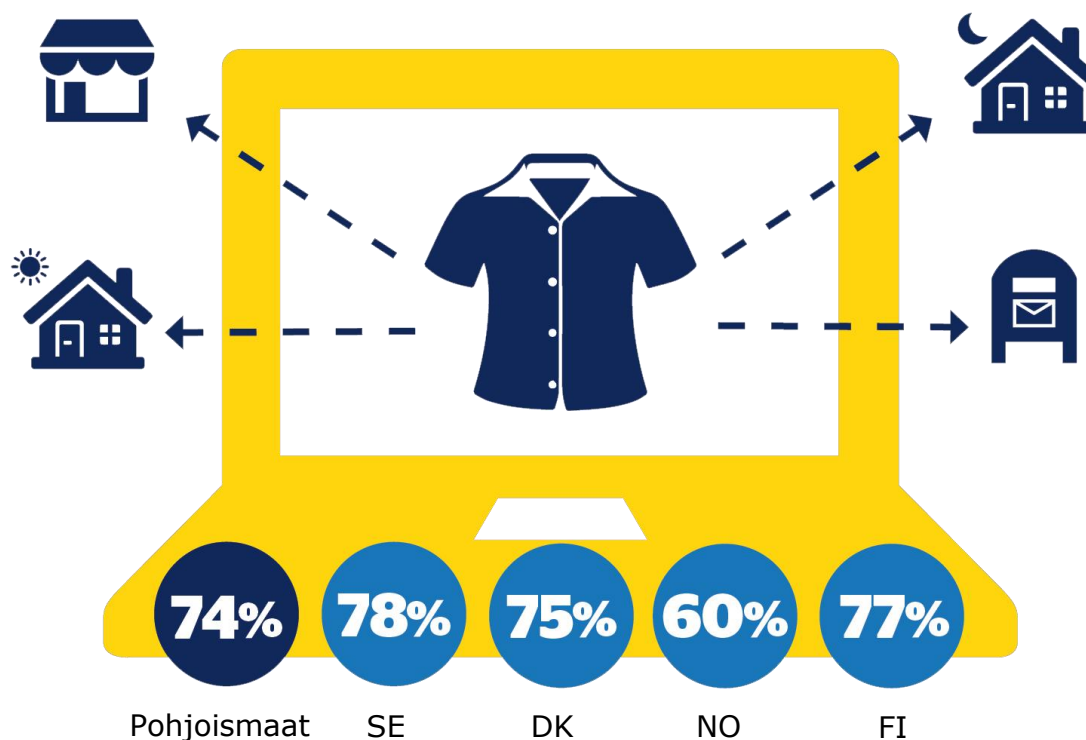
VALINNANVAPAAUS TOIMITUKSISSA

Toimituksiin liittyvällä valinnanvapaudella on suuri merkitys verkko-ostoksia tekeville pohjoismaalaisille. Kolme neljästä pohjoismaaisesta verkkokauppa-asiakkaasta pitää tärkeänä voida valita, miten tilaus toimitetaan. Siksi on ratkaisevaa, että verkkokaupparytykset pystyvät tarjoamaan asiakkailleen useita eri toimitusvaihtoehtoja.

Jokaisella asiakkaalla on omat toiveensa siitä, miten verkko-ostokset toimitetaan. Joillekuille toimitus työpaikan lähelle on kätevin vaihtoehto, kun taas toiset noutavat tilauksensa mieluiten noutopisteestä kotinsa läheltä. Verkkokauppa-alan kovassa kilpailussa parhaiten menestyvät ne, jotka tarjoavat kuluttajille arkea helpottavia ratkaisuja.

Kuinka tärkeää sinulle on, että voit valita internetistä tilaamasi tuotteen toimitustavan?

(Niiden osuus, joille valinnanvapaus on erittäin tai melko tärkeää)



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet

KULUTTAJAN VALTA TOIMITUKSISSA

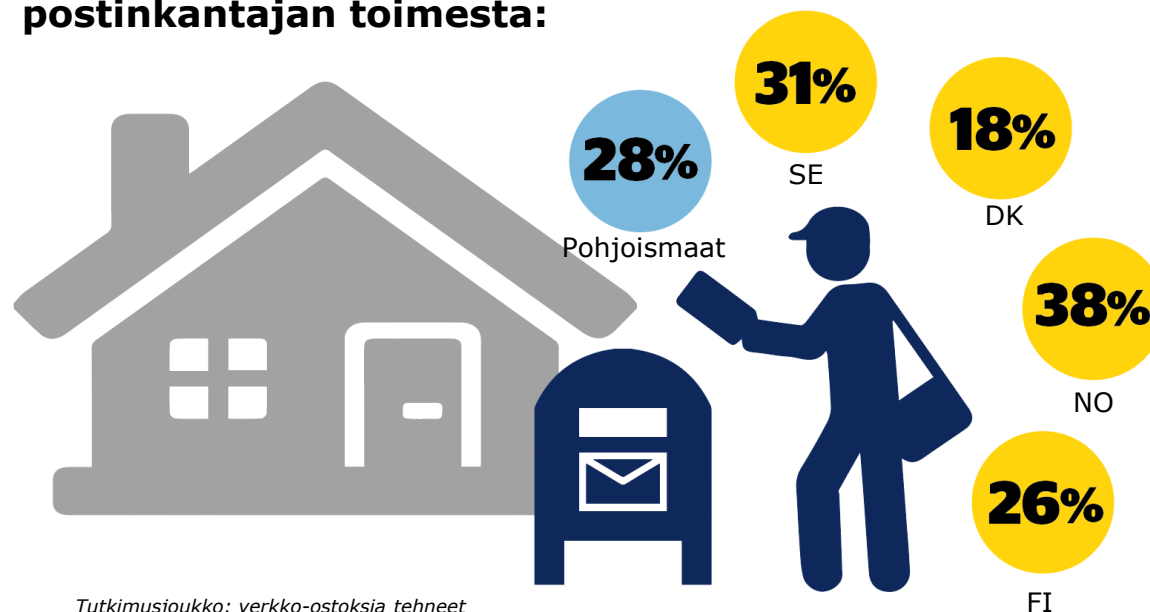
Toimitus postilaatikkoon kysytyin vaihtoehto

TOIVOTUT TOIMITUSTAVAT

Tottumukset, lait ja säännöt, erilaiset väestölliset edellytykset sekä logistiikkatoimijoiden todellisuudessa tarjoamat vaihtoehdot vaikuttavat kaikki siihen, että kysytyimmät toimitustavat vaihtelevat huomattavasti eri Pohjoismaissa.

Muistele viimeisintä verkko-ostostasi. Minkä toimitustavan olisit mieluiten valinnut tilauksellesi, jos olisit saanut valita jonkin seuraavista vaihtoehdoista?

Toimitus postilaatikkoon postinkantajan toimesta:



Muistele viimeisintä verkko-ostostasi. Minkä toimitustavan olisit mieluiten valinnut tilauksellesi, jos olisit saanut valita jonkin seuraavista vaihtoehdoista?

TOIVOTUT TOIMITUSTAVAT

Ruotsalaiset hakevat tilauksensa mieluiten noutopisteestä. Suomalaiset haluavat puolestaan hakea verkko-ostoksensa vuorokauden ympäri avoinna olevista pakettiautomaateista, jotka ovatkin lisääntyneet Suomessa viime vuosien aikana ja joiden käytöstä on tullut yhä tavallisempaa. Norjassa toimitukset halutaan suoraan postilaatikkoon, kun taas Tanskassa kysyntää – ja tarjontaa – on enemmän kotiinkuljetuksille. Näin ollen verkkokauppayritysten on mahdollista hankkia kilpailuetuja sopeuttamalla toimitusvaihtoehdonsa kuhunkin maahan.

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Pohjois-maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Toimitus postilaatikkoon postinkantajan toimesta	28 %	31 %	18 %	38 %	26 %
Nouto noutopisteestä (PostNordin, DHL:n tai Schenkerin noutopisteet)	26 %	37 %	19 %	22 %	16 %
Kotiinkuljetus ilta-aikaan (jolloin olen kotona ja voin kuitata vastaanottaneeni lähetyksen)	9 %	10 %	9 %	9 %	9 %
Toimitus kotioven ulkopuolelle (jos lähetyks ei mahdu postilaatikkoon), jolloin vastuu lähetyksestä siirtyy minulle	9 %	8 %	18 %	8 %	2 %
Nouto vuorokauden ympäri auki olevasta pakettiautomaatista	8 %	2 %	9 %	6 %	19 %
Kotiinkuljetus päiväsaikaan (jolloin olen kotona ja voin kuitata vastaanottaneeni lähetyksen)	5 %	4 %	7 %	1 %	9 %
Nouto verkkokaupan fyysisestä myymälästä tai varastosta	2 %	1 %	2 %	2 %	4 %
Toimitus työpaikalle	2 %	2 %	4 %	2 %	1 %

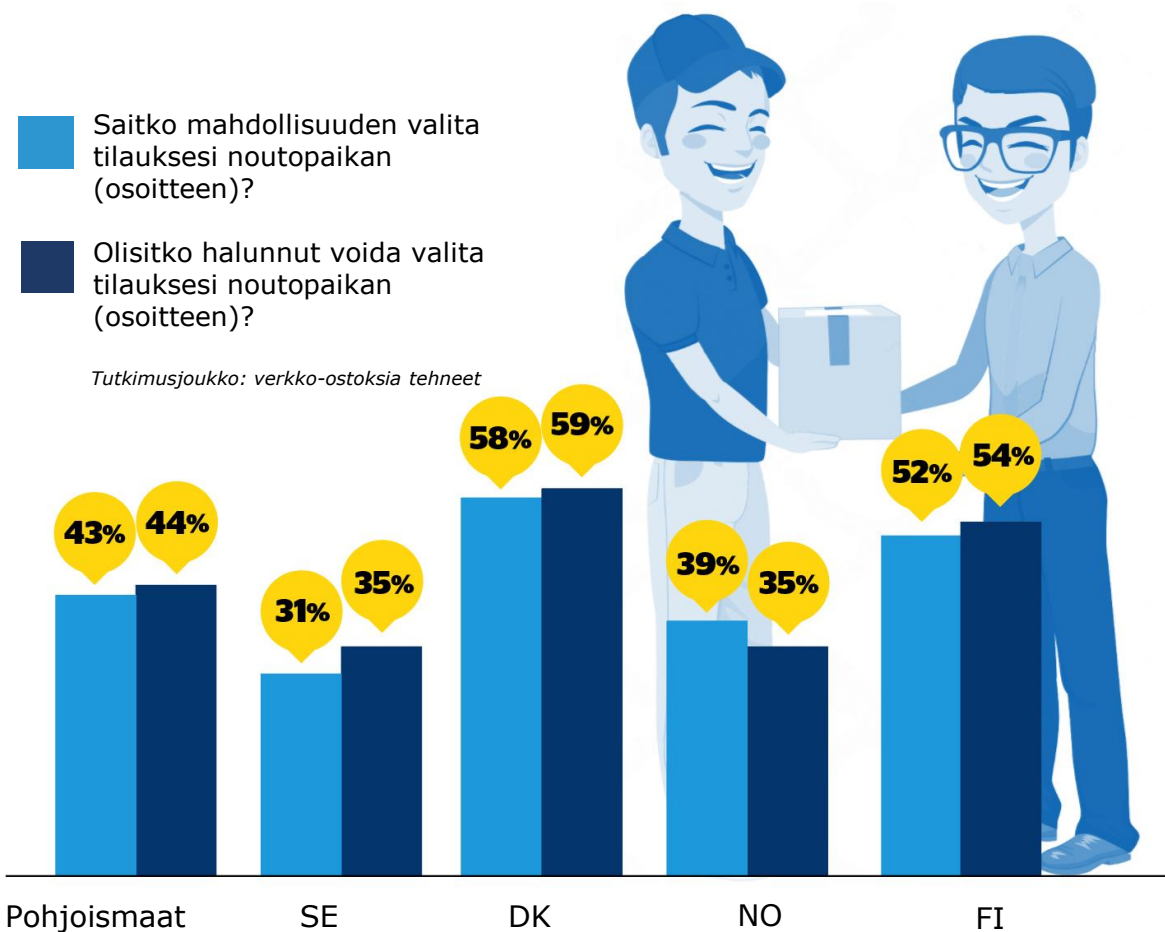
KULUTTAJAN VALTA TOIMITUKSISSA

Mahdollisuus valita noutopaikka tärkeää

VALINNANVAPAUS
TOIMITUKSISSA

Neljä kymmenestä pohjoismaisesta verkkokauppa-asiakkaasta haluaa voida valita, mihin noutopisteeseen heidän tilauksensa toimitetaan. Noutopisteen valitsemisen mahdollisuus vaihtelee eri Pohjoismaissa. Esimerkiksi kuusi kymmenestä tanskalaisesta verkkokauppa-asiakkaasta sai valita noutopisteen viimeisimmän verkko-ostoksensa yhteydessä, kun taas Ruotsissa vastaava mahdollisuus oli vain noin kolmasosalla.

Kun näitä lukuja verrataan siihen, kuinka moni kuluttaja pitää tärkeänä saada valita toimitustapa itse, on selvää, että valinnanvapautta on lisättävä entisestään. Mikäli kuluttajille tarjotaan heikosti mahdollisuuksia valita, on todennäköistä, että he valitsevat toisen verkkokaupan.



KULUTTAJAN VALTA TOIMITUKSISSA

Toimitusten oltava nopeita ja edullisia

VALINNANVAPAAUS
TOIMITUKSISSA

Pohjoismaisilla verkkokauppa-asiakkailla on selkeä mielipide siitä, mikä on heille tärkeintä toimituksissa. Verkkokaupoista parhaiten menestyvät ne, jotka pystyvät tarjoamaan nopeita ja edullisia toimituksia.

Usein kuitenkin toimituskulut ja toimitusaika riippuvat toisistaan siten, että nopeat toimitukset maksavat tavallisesti enemmän. Jotta verkkokauppayritys voisi pitää mahdollisimman suuren määrän asiakkaita tyytyväisinä, sen on hyvä tarjota useita eri vaihtoehtoja, joista asiakas voi itse valita sopivimman toimituskulujen ja -ajan perusteella.

Muistele viimeisintä verkko-ostostasi. Mikä seuraavista vaihtoehtoista oli tärkein tai olisi ollut tärkein, jos olisit saanut valita tilauksesi toimitustavan?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Pohjois- maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Tilaus toimitetaan mahdollisimman edullisesti	35 %	37 %	33 %	32 %	38 %
Tilaus toimitetaan mahdollisimman nopeasti	22 %	23 %	23 %	24 %	15 %
Tilaus toimitetaan suoraan postilaatikkoon	11 %	12 %	11 %	12 %	10 %
Tilaus toimitetaan läheiseen noutopisteeseen (esim. postipalvelu-pisteeseen, myymälään, varastoon)	11 %	12 %	9 %	11 %	12 %
Tilaus toimitetaan suoraan kotiin vapaasti valittavana ajankohtana	8 %	8 %	8 %	9 %	8 %
Tilaus toimitetaan vapaasti valittavaan noutopisteeseen (esim. postipalvelu-pisteeseen, myymälään, varastoon)	7 %	6 %	8 %	5 %	8 %

KULUTTAJAN VALTA TOIMITUKSISSA

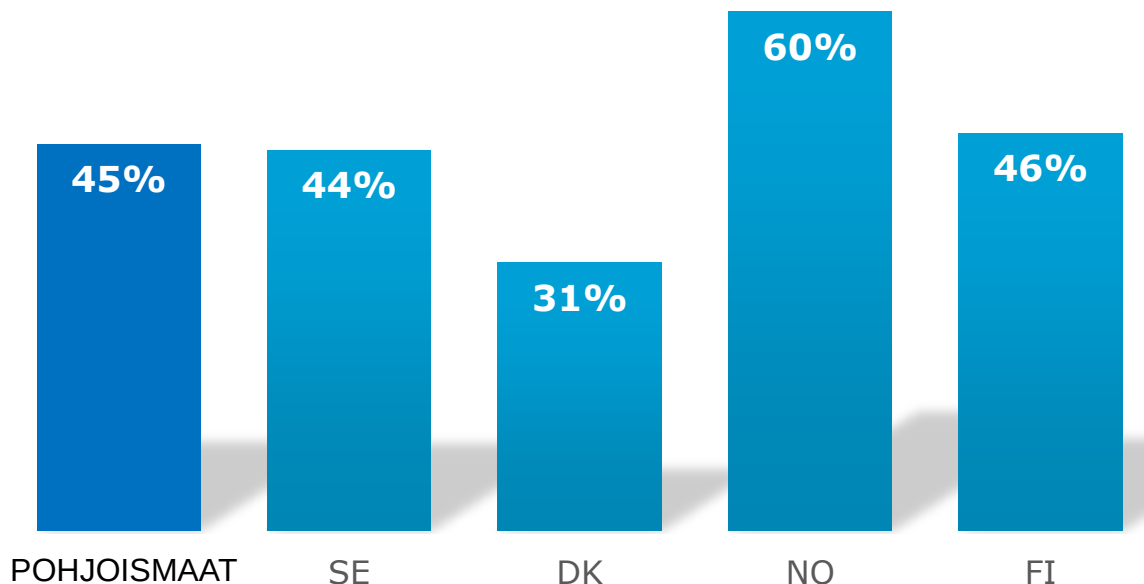
Joka toinen valmis maksamaan ylimääräistä kotiinkuljetuksesta

VALINNANVAPAAUS TOIMITUKSISSA

Lähes puolet pohjoismaisista verkkokauppa-asiakkaista voisi harkita maksavansa ylimääräistä kotiinkuljetuksesta. Suuria summia siitä ei kuitenkaan olla valmiita maksamaan. Useimmille enintään 5 euroa olisi sopiva summa. Kuluttajista etenkin 18–29-vuotiaat olisivat valmiita maksamaan ylimääräistä kotiinkuljetuksesta. Tämä saattaa enteillä maksullisten kotiinkuljetusten yleistymistä tulevaisuudessa, kun verkkokauppa-markkinat kypsyvät ja niillä alkaa asioida yhä enemmän nuoria, joilla on vastaavat mieltymykset.

Norjalaiset ovat pohjoismaisista kuluttajista halukkaimpia maksamaan ylimääräistä kotiinkuljetuksista, ja he ovat myös valmiita maksamaan niistä suuremman summan. Tanskassa maksuttomat kotiinkuljetukset ovat jo nyt tavallisia, mikä todennäköisesti selittää sen, että tanskalaiset ovat vähiten halukkaita maksamaan palvelusta.

Muistele viimeisintä verkko-ostostasi. Olisitko ollut valmis maksamaan kotiinkuljetuksesta? (KYLLÄ)



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet

PALAUTUKSET

postnord

Suomalaisilta eniten palautuksia Pohjoismaissa

NUORET PALAUTTAVAT ENITEN

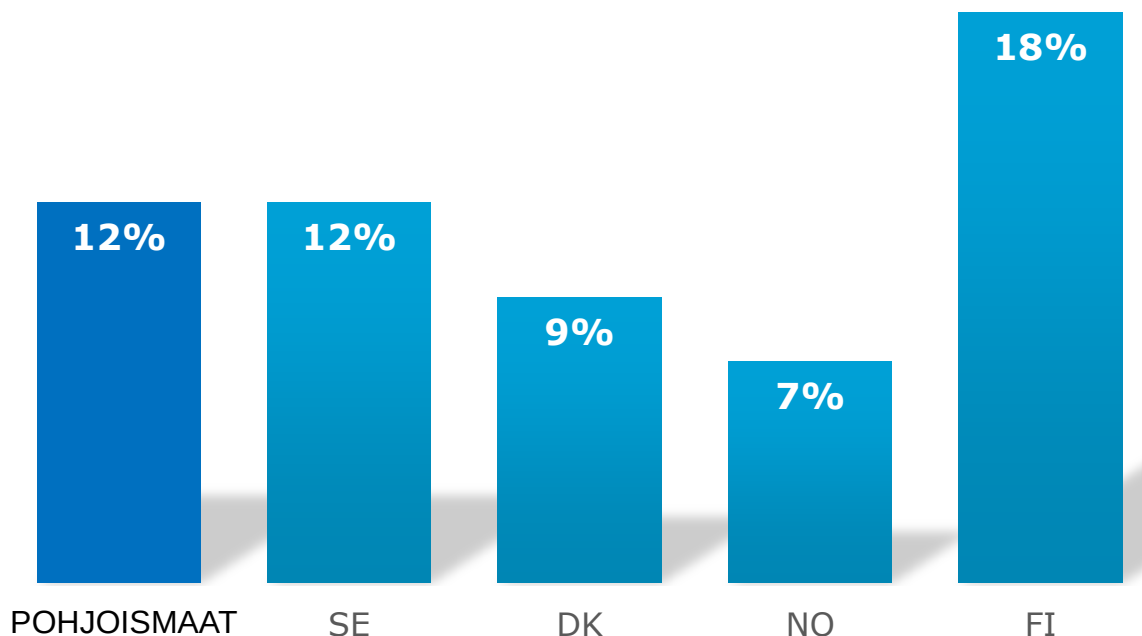
Pohjoismaiset verkkokauppa-asiakkaat palauttavat joka kymmenennen verkosta tilaamansa tuotteen. Useimmat viimeisen kuukauden aikana palautuksia tehneistä kuluttajista palauttivat yhdestä kahteen tuotetta.

Kiinnostavaa on, että suomalaiset kuluttajat palauttavat lähes joka viidennen tilaamansa tuotteen siitä huolimatta, että he ostavat paljon ulkomaisista verkkokaupoista. Syynä tähän on luultavasti osittain se, että suomalaiset ostavat paljon muotituotteita, ja osittain se, että palauttaminen on Suomessa usein edelleen ilmaista.

Huomionarvoista on myös, että nuoret kuluttajat tekevät eniten palautuksia. Tämä johtuu luultavasti siitä, että nuoret ostavat verkosta eniten vaatteita ja kenkiä sekä tilaavat usein tuotteita kotiin voidakseen sovittaa niitä.

Verkkokaupoille lukuisat palautukset tulevat lyhyellä aikavälillä kalliiksi ja heikentävät kannattavuutta. Toisaalta reilut palautusehdot voivat lisätä asiakasuskollisuutta ja parantaa siten kannattavuutta pitkällä aikavälillä.

Kuinka monta viimeisen kuukauden aikana verkosta ostamaasi tuotetta olet palauttanut?
(Niiden osuus, jotka palauttivat ainakin yhden tuotteen)



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet

Palauttaminen helppoa Pohjoismaissa

KULUTTAJAT TYYTYVÄISIÄ PALAUTUSKÄYTÄNTÖIHIN

Ruotsissa ja Suomessa, missä tehdään eniten palautuksia, tuotteiden palauttaminen myös toimii kuluttajien mielestä parhaiten.

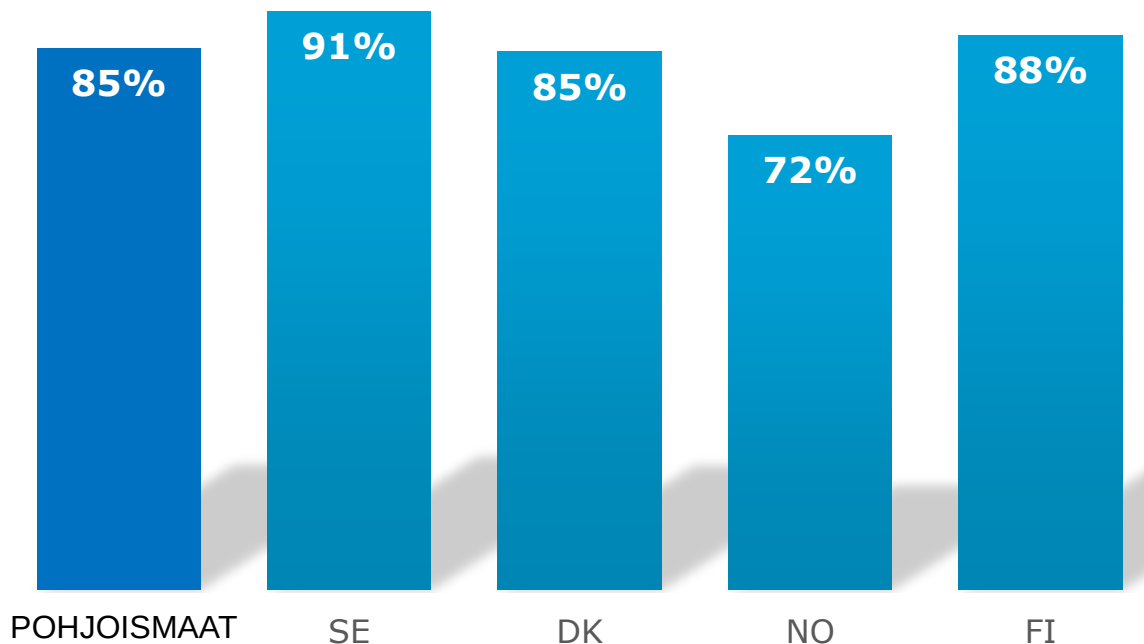
Tanskassa ja Norjassa palautuksia tehdään vähemmän, ja kuluttajatkin ovat tyytymättömämpiä palautuskäytäntöihin.

Tähän on todennäköisesti kaksi selitystä. Usein palautuksia tekevät kuluttajat oppivat prosessin ja ajan myötä katsovat sen toimivan paremmin. Lisäksi voidaan olettaa, että mitä helpompia palautusprosesseja maassa on tarjolla, sitä useammat kuluttajat palauttavat tuotteita.



Miten internetistä ostamiesi tuotteiden palauttaminen mielestäsi yleisesti ottaen toimii? (Niiden osuus, jotka vastasivat hyvin ja erittäin hyvin)

Tutkimusjoukko: palautuksia tehneet



Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet

KULUTTAJAN VALTA TOIMITUKSISSA

postnord

Valinnanvapaus lisää ostosten tekoa

MIKÄ LISÄÄ VERKOSTA OSTAMISTA?

Pohjoismaiset verkkokauppa-asiakkaat tekisivät vieläkin enemmän verkko-ostoksia, jos heille tarjottaisiin enemmän vapautta valita, mihin noutopisteeseen tuotteet toimitetaan. Tuloksista käy jälleen kerran ilmi, että jos kuluttajille tarjotaan enemmän valinnanvapautta ja valtaa vaikuttaa toimituksiin, verkkokauppa-alalla olisi potentiaalia vieläkin suurempaan kasvuun.

Verkkokauppaa voidaan vauhdittaa myös kehittämällä palautuskäytäntöjä ja lisäämällä palautuksiin liittyvää valinnanvapautta. Moni toivoo voivansa palauttaa tuotteita ketjuliikkeiden fyysisiin myymälöihin, erityisesti Tanskassa, missä tätä vaihtoehtoa ei ole vielä laajalti tarjolla. Tanskalaiset kauppiaat, joilla on sekä myymälä- että verkkomyyntiä, saisivat siksi todennäköisesti enemmän verkkokauppa-asiakkaita, jos ne tarjoaisivat kuluttajille mahdollisuuden palauttaa tuote myymälään tai vaihtaa tuotteen kokoa tai mallia myymälässä. Norjassa puolestaan kotiinkuljetukset lisäisivät verkkokauppakulutusta.

Mikä saisi sinut ostamaan tuotteita enemmän verkosta kuin perinteisistä myymälöistä?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Pohjois- maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Mahdollisuus valita, mihin nouto-/ palvelupisteeseen tuotteet toimitetaan	14 %	18 %	12 %	13 %	2 %
Mahdollisuus palauttaa tuotteet verkkokaupan fyysiseen myymälään ilman lisämaksua	10 %	8 %	15 %	8 %	8 %
Mahdollisuus saada tuotteet toimitettua lisämaksusta suoraan kotiin vuorokauden kuluessa ja ilt-aikaan silloin, kun minulle sopii	7 %	7 %	3 %	15 %	6 %
Mahdollisuus noutaa tuotteet ketjuliikkeen myymälästä, kun minulle sopii	6 %	7 %	4 %	6 %	8 %
Mahdollisuus noutaa tuotteet vuorokauden ympäri avoinna olevasta pakettiautomaatista	5 %	5 %	4 %	4 %	7 %
Mahdollisuus saada tuotteet toimitettua lisämaksusta suoraan kotiin samana päivänä, kun tein tilauksen	4 %	3 %	3 %	7 %	2 %
Mahdollisuus tilata palautettaville tuotteille lisämaksusta noutopalvelu silloin, kun minulle sopii	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %
Mikään edellä mainituista ei saisi minua ostamaan tuotteita enemmän verkosta kuin perinteisistä myymälöistä	34 %	36 %	36 %	26 %	36 %

Lisätietoja verkkokaupasta:

Pohjoismaat:

Arne Andersson

Sähköposti: arne.b.andersson@postnord.com

Puh.: +46 73 079 05 52

Ruotsi:

Carin Blom

Sähköposti: carin.blom@postnord.com

Puh.: +46 73 030 41 87

Tanska:

Carsten Dalbo Pedersen

Sähköposti: carsten.dalbo.pedersen@postnord.com

Puh.: +45 33 61 48 28

Suomi:

Jouni Lamberg

Sähköposti: jouni.lamberg@postnord.com

Puh.: +358 40 050 3358

Norja:

Kristin Anfindsen

Sähköposti: kristin.anfindsen@postnord.com

Puh.: +47 99 77 05 71

Muu maailma:

Direct Link Group

Sähköposti: info@directlink.com

Puh.: +46 10 436 00 00

Media:

Emma Riblom

Sähköposti: emma.riblom@postnord.com

Puh.: +46 10 437 98 40