

» Suuri selvitys: Verkkokauppa Pohjoismaissa – näin ostamme internetissä

TEMPO

LOGISTIIKKALEHTI
TEMPO. LOGISTIIKKA-
ALAN YRITYSLEHTI
POSTNORDILTA.

2.2012

Paikoillanne
**Valmiit
Hep!**

» Lontoon olympialaiset ovat
Ison-Britannian **suurin logistinen
haaste** sitten sotien.

VAHVISTA
BRÄNDIÄSI
PANOSTA
ERITYISESTI
PAKKAUKSIIN

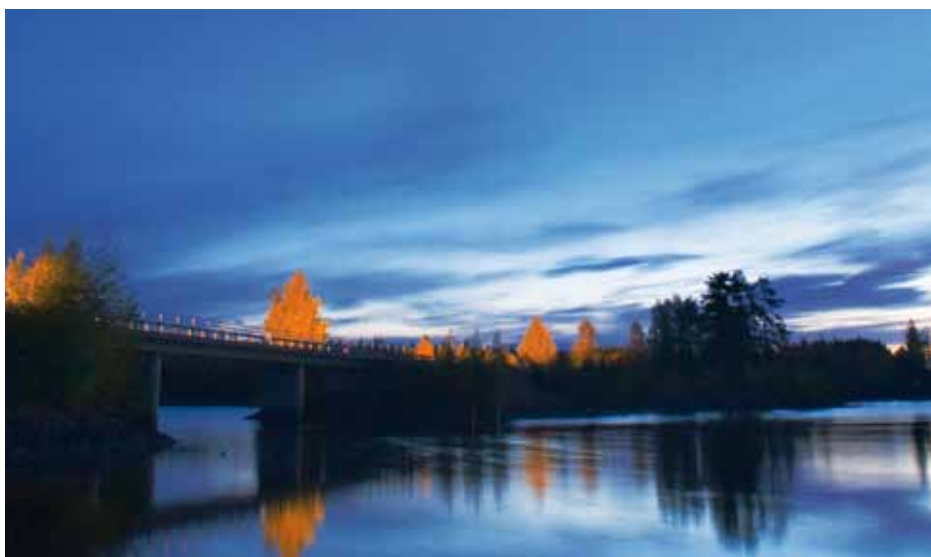
★
Hyvinkäällä

Uusi kuljetus-
kumppani auttaa
sähkötukkuria tila-
ongelmissa
★

DROPINMARKET.COM

Myy Pohjolaan

TUNNEMME OLOT. TUNNEMME IHMISET.



Yksilöityä logistiikkaa

Varastointi- ja lisäarvopalvelut. Tarjoamme tavaran vastaanoton, säilyttämisen ja lähettämisen lisäksi kattavat tuotekohtaiset lisäpalvelut.

Nopeaa ja varmaa pakettikuljetusta. Olemme Pohjoismaiden suurin toimija B to C -ja yksi Euroopan suurimmista B to B -paketinkuljetuksessa. Emoyhtiömme PostNord AB:n kautta kulkee noin 500 000 lähetystä joka päivä.

Hoidamme kuljettamis- ja varastointitarpeesi – tehokkaasti ja taloudellisesti. Asiakkaamme voit keskittyä omaan ydinliiketoimintaasi ja muuttaa kiinteitä kuluja joustaviksi!

Kuljettamisen
ja varastoinnin
pohjoinen
ulottuvuus

TUNNEMME POHJOISEN RATKAISUT.

Jari Rinnekoski

Nopeammin, korkeammalle, voimakkaammin



Jari Rinnekoski
Toimitusjohtaja
Posten Logistik SCM Oy

■ Tempon tässä numerossa tutustumme olympiakesän kunniaksi Lontoon kisojen mittavaan logistiikkaan, jota tarvitaan kun mitaleista mitellään huipputasolla. Omalta Suomen-areenaltamme puolestaan kerromme kuulumisia niistä vauhtiaskelista, joita olemme ottaneet sekä itse että asiakkaidemme kanssa ollaksemme yhdessä nopeampia, tuloksekkaampia ja iskukykyisempiä.

■ Yhdessä asiakkaamme Dropinmarket.com:in kanssa haluamme edistää suomalaista verkkokauppaa: olemme tämän kevään aikana määritelleet ja testanneet helposti käyttöönotettavan liittymän, jonka ansiosta verkkokauppiaan pohjoismaiset asiakkaat ovat nyt yhtä lähellä kuin kotimaisetkin asiakkaat. Dropinmarket.com on suomalaisen verkkokaupan pioneeri, joka lähti hankkeeseen, koska se haluaa kasvaa laajentumalla muihin Pohjoismaihin. Lue artikkelistamme, miksi Juha Valvanteen mielestä oli itsestään selvää ulkoistaa varastonhallinta.

■ Näinä aikoina on aina ilahduttavaa huomata, että logistiikkakumppanin valinnan vaakakupissa painavat

toisinaan muutkin asiat kuin yksikköhinnot. Tapasimme Elektroskandia Suomen logistiikkajohtajan Mikko Paakkisen. Hänen mukaansa toimitusvarmuus on olennainen asiakastytyväisyyden tekijä sähkötukkurille. Uuden kumppanin valinnassa keskityttiin palvelutason parantamiseen pelkän kustannusvertailun sijaan. Posten Logistikin jakelumallin ansiosta toimitusketjusta saatiin sähkökampi ja esimerkiksi lähettämön tilaongelmiin saatiin apua. Tästä lisää sivulla 22.

■ Lisäksi haluan mainita kahdesta muusta edistysaskeleesta. Ensinnäkin pohjoismainen 3PL-osaamisemme vahvistuu entisestään kaupalla, jossa Green Cargo Logistics siirtyy osaksi PostNord-konserniamme. Yhtiö on Ruotsin toiseksi suurin 3PL-toimija 260 000 neliön varastotiloillaan. Toisekseen kaikki Suomen logistiikkakeskuksemme siirtyvät paperittomaan prosessin hallintaan kuluva vuoden aikana. Kerromme tässä lehdessä lisää mm. puheohjattusta keräilystä.

Hyvää Olympia-kesää!

» Sisällys

4 Vinkkejä parempiin pakkauksiin

6 Verkkokauppiaan kotimarkkina laajeni Pohjoismaihin

22 Jakelumallin muutoksella sähkökämpää palvelua

Elektroskandia valitsi uuden kuljetuskumppanin

12 Logistiikkaa á la Olympialaiset
Lontoon voimainponnistus

20 Puheohjattu varastonhallinta





Pakkaus – tärkeä osa ostokokemusta

Tehtiinpä ostoksia myymälässä tai verkkokaupassa, ostokokemuksen on seurattava asiakasta kotiovelle asti. Siksi yritysten kannattaa panostaa sekä pakkauksiin että niiden sisältöön. Tätä mieltä ovat Tempon tapaamat kolme asiantuntijaa.

» Helposti luullaan, että ostotapahtuma on ohi, kun asiakas on klikannut maksunappia tai maksanut tuotteensa myymälässä.

Yritysten kannattaa kuitenkin ajatella hieman pidemmälle ja pidentää ostokokemusta, jotta asiakkaaseen voidaan luoda kestävä suhde. Miten se sitten tapahtuu? Nimenomaan pakkausten avulla. Se on oivallinen markkinointikanava ja keino vahvistaa brändiä oman toimialueen ulkopuolella riippumatta siitä, toimiiko yritys verkossa vai onko sillä oma myymälä. Oikeanlaisella pakkauksella ja sisällöllä viestitään asiakkaalle tehokkaammin, tietää verkkokaupan asiantuntija Arne Andersson PostNordilta.

– Tärkeintä on, että pakkaus on hyvännäköinen, ehjä ja puhdas. Lisäksi pakkauksesta on löydettävä esimerkiksi palautuslomake, saattekirje ja miksei myös pieni tuotenäyte. Silloin asiakas yllättyy ja saattaa ostaa uudelleen.

Pakkauksen merkitystä liikkuvana mainoksena ei sovi myöskään aliarvioida. Näin sanoo norjalainen Henrik Nilsmo, joka työskentelee myyntipäälikkänä maksuratkaisuyritys Klarnassa.

– Se on keino tehdä brändi näkyväksi useille ihmisille.

Riippumatta siitä, ostetaanko tuote myymälästä vai noudataanko se pakettipisteestä, on pakkaus monien nähtävissä elinkaarensa aikana.

Saman tyylin käyttäminen pakkauksessa ja muissa markkinointikanavissa on siksi myös tärkeää. Emilia Nilsson toimii pakkausten kehittäjänä ja trenditutkijana Blickinsightissa:

– Pakkaus on brändin lähettiläs ja tärkeä osa ostokokemusta. Samaa viestiä on kerrottava niin myymälässä, kotisivuilla kuin pakkauksessakin. Silloin kuluttaja ottaa brändin helpommin omakseen. Vaihtoehtoja on monia ja kilpailu on kovaa. Mutta noudattamalla konkreettista konseptia kauttaaltaan erottuu kyllä joukosta, hän sanoo.

Vallitsevassa pakkaustrendissä yhdistyvät analoginen ja digitaalinen informaatio. Pakkauksissa on esimerkiksi QR-koodeja, jotka antavat asiakkaalle enemmän tietoa kuin pakkauksen muuten mahtuu. Ympäristö on myös tärkeä tekijä, vaikka asiakkaat nykyään olettavat pakkausten olevan ympäristötehokkaita.

– Markkinoilla on uusia materiaaleja, esimerkiksi pakkausmateriaali, joka sitoo hiilidioksidia poltettaessa. Kannattaa panostaa pakkauksen parempaan ympäristötehokkuuteen ja markkinoida sitä; elämme maailmassa,

jossa kuluttajat ovat huomattavasti aikaisempaa ympäristötietoisempia.

TEKSTI: Jens Ekelund

PostNord ostaa Green Cargo Logisticsin

Posten Logistikin emoyhtiö PostNord on allekirjoittanut ostosopimuksen Green Cargon tytäryhtiöstä Green Cargo Logistics AB:stä. Yritys on Ruotsin toiseksi suurin toimija kolmannen osapuolen logistiikan alalla (3PL) ja sillä on yhteensä 260 000 neliömetriä nykyaikaista varastotilaa Tukholmassa, Norrköpingissä, Göteborgissa, Helsingborgissa ja Kööpenhaminassa. 3PL-markkinoilla on hyvät kasvunäkymät, ja kauppa tukee PostNordin tavoitetta olla Pohjolan johtava logistiikkatoimittaja. Kilpailuviranomaisten on vielä hyväksyttävä hankinta.

Mekonomen laajentaa Suomeen yhteistyössä Posten Logistikin kanssa

Mekonomen kasvaa niin että räätisee ja paukkuu. Helsinkiin rakennetaan parhaillaan yhtiön alueellista varastoa, ja Posten Logistik on saanut toimeksiannon huolehtia InNight-kuljetuksista Suomessa. Posten Logistik vastaa jo Mekonomenin InNight-kuljetuksista varastojen, jälleenmyyjien ja tehtaiden välillä Ruotsissa ja Pohjois-Norjassa.

Tavaran-toimittajien ilmastotyö jälkijunassa

Suuret yritykset tekevät toiminnastaan yhä ilmastotehokkaampaa. Alihankijat eivät kuitenkaan pysy vauhdissa mukana. Tästä kertoo Carbon Disclosure Projectin (CDP) ja Accenturen raportti, joka kattaa 49 suur yritystä, kuten L'Oréal, Philips ja Walmart, sekä yli 1 800 niiden alihankkijaa. Kun 43 prosenttia suur yrityksistä saavutti vuodelle asettamansa ilmastotavoitteet, alihankkijoista siinä onnistui vain 28 prosenttia. Raportin mukaan yhä useammat yritykset kuitenkin edellyttävät ilmaston huomioinnista hankinnoissaan.

LÄHDE: CDP SUPPLY CHAIN REPORT 2012

5 VINKKIÄ PAREMPIIN PAKKAUKSIIN

Valitse oikea koko.

Mieti, millaisen elämyksen haluat antaa vastaanottajalle.

Älä suhtaudu pakkaukseen pelkkänä pakkauksena vaan henkilökohtaisena viestinä.

Käytä erityisen ympäristötehokkaita pakkauksia ja myös kerro siitä.

Kuka on lähettäjä? Selkeys on kaiken A ja O.

Pål-Asbjørn Vindegg, Komplet

Automatisoitu varasto menestystekijä

Kodinelektroniikkayritys Komplet on Norjan suurin toimija verkkokaupan alalla. Tehokas ja uusinta tekniikkaa hyödyntävä logistiikka on yksi tekijä menestyksen takana.

» "Nörttien valinta vuodesta 1996", kuuluu Kompletin slogan yrityksen kotisivuilla. Siitä on siis 16 vuotta – internetmaailmassa ikuisuus – kun yritys alkoi myydä kodinelektroniikkaa loppuasiakkaille ja jälleenmyyjille norjalaisen verkkokauppansa kautta.

Silloin varastona toimi autotalli Sandefjordissa. Nykyään konsernin liikevaihto on noin 530 miljoonaa euroa vuodessa. Sen lisäksi, että Kompletilla on verkkokaupat myös Tanskassa ja Ruotsissa, konserni omistaa myös monia muita elektroniikkaa myyviä verkkokauppoja.

Tilauksia tulee joka 21. sekunti vuorokauden ympäri vuoden jokaisena päivänä. Noin 25 prosenttia liikevaihdosta tulee Ruotsista ja Tanskasta, loput Norjasta.

– Meillä on vahva markkina-asema Norjassa, eivätkä talouskriisi ja lama ole vaikuttaneet norjalaisiin yhtä paljon kuin muihin Pohjoismaihin. Ruotsi ja Tanska ovat kuitenkin yhtä lailla tärkeitä markkina-alueita, joiden uskomme kasvavan jatkossa, kertoo Kompletin kehitys- ja käyttöpäällikkö Pål Asbjørn Vindegg.

Tehokkaalla logistiikalla on ollut keskeinen rooli Kompletin menestystarinassa. Yksi esimerkki on moderni varastotekniikka Autostore, johon yritys siirtyi vuonna 2007. Autostore on robottipohjainen keräilyjärjestelmä, jossa 55 robottia huolehtii 34 000 laatikosta. Se tarkoittaa, että varastopinta-alaa voitaisiin järjestelmän toimittajan mukaan vähentää jopa 60 prosenttia.

– Kilpailu on nykyään kovaa ja katteet niin pieniä, että kustannustehokkuus on ehdotonta. Olemme pyrkineet pysyttelemään kehityksen kärjessä investoimalla välineisiin ja järjestelmiin, jotka tehostavat toimintaamme niin, että pienemmät katteet ovat siedettäviä, Pål Asbjørn Vindegg sanoo.

Hiljattain Komplet päätti panostaa yhteen pääasialliseen toimittajaan kahden sijasta Sandefjordin keskusvarastosta norjalaisil-



Komplet käyttää Posten Logistikin MyPack-palvelua norjalaisille, ruotsalaisille ja tanskalaisille asiakkaille tehtävissä pakettitoimituksissa. MyPack kattaa myös Suomen.

"Kilpailu on kovaa ja katteet pieniä"

le, ruotsalaisille ja tanskalaisille asiakkaille tehtävissä kuljetuksissa. Yritys saa säännöllisesti vahvistusta siitä, että se tekee oikeita päätöksiä. Norjalainen asiakasbarometri (Norsk Kundebarometer) totesi viime vuonna, että Kompletilla on elektroniikka-alan tyytyväisimmät asiakkaat.

– Koemme onnistuvamme tavoitteissamme ylläpitää tasaista ja korkeaa toimituslaatua sekä lyhyitä toimitusaikoja. Ne tuovat meille uskollisia asiakkaita. Asiakastytytyväisyydellä ei kuitenkaan voi vain kehuskella, vaan sen eteen on tehtävä töitä joka päivä, Pål Asbjørn Vindegg muistuttaa.

TEKSTI: Markus Wilhelmson

Neljä faktaa Posten Logistikin MyPack-pakettipalvelusta

Posten Logistikin

MyPack-pakettipalvelulla voit lähettää helposti paketteja niin yksityishenkilöille kuin yrityksille Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa.

1. NOUTO

Hintaan kuuluu, että Posten Logistik noutaa paketin luotasi.

2. RAHTI

Toimitusaika on 1-2 pv suurimpaan osaan PostNordin yhteensä 4400 noutopisteestä ympäri Pohjolaa. Vastaanottaja noutaa paketin noutopisteestä. Paketin enimmäispaino on 20 kg.

3. PALAUTUKSET

MyPack-palvelussa vastaanottaja saa esitäytetyn palautuslomakkeen, jonka avulla lähetyksen on helppo palauttaa. Lisäksi palautuslähetyksen seurattavissa alusta loppuun.

4. LISÄPALVELUT

MyPack sisältää useita lisäpalveluja. Esim. postiennakko (cash on delivery) ja lähetyksen vakuuttaminen.

Verkkokaupan voi nyt helposti integroida pohjoismaiseen logistiikkaratkaisuun, myhäilee Juha Valvanne katumuotia myyvistä Dropinmarket.com:sta.



Kotimarkkina laajeni Skandinaviaan

– Pk-sektorin verkkokauppiaalla ei ole enää logistisia esteitä laajentaa liiketoimintaansa Pohjoismaihin. Tavarantoimittaminen Ruotsiin, Tanskaan tai Norjaan on yhtä helppoa kuin kotimaahankin, painottaa Juha Valvanne, yksi suomalaisen verkkokaupan pioneereista.

Teksti ja kuva: Meri Mäkkylä

S

uomalaisen verkkokaupan edelläkävijän, Dropinmarket.com:in, visiona on kasvaa Pohjoismaiden johtavaksi katumuodin nettikaupaksi. Tavoitteeseen päästäkseen katumuotia ja lautailukulttuurin tuotteita myyvä Dropinmarket.com ulkoisti varastohallintansa ja otti käyttöön pohjoismaisen jakeluverkoston. Valvanteen mielestä aivan liian moni tyytyy myymään netissä vain Suomen rajojen sisällä.

Hänellä on takanaan vuosien kokemus laajoista nettikaupan hankkeista, joihin on liittynyt palvelurastojen ja logistiikkajärjestelmien integrointeja. Nyt hän puhuu verkkokauppiaana, pilottiasiakkaan roolin suomalla kokemuksella.

Valvanne viittaa puolen vuoden pituisen projektin tuloksiin – siihen – että tämän vuoden keväästä lähtien suomalaisten verkkokauppioiden käden ulottuvilla on valmiiksi mietitty rajapinta, jonka avulla verkkokaupan käyttämä alusta voidaan aiempaa huomattavasti helpommin ja edullisemmin integroida kaikki Pohjoismaat kattavaan jakeluverkostoon ja tarvittaessa myös ulkoistettuun varastohallintaan.

Käytännössä tämä neljän maan, yhtenäinen ja MyPack-nimellä kulkeva logistiikkaratkaisu merkitsee, että verkkokauppias voi tarjota suomalaisille, ruotsalaisille, tanskalaisille ja norjalaisille saman nopean, varman ja seurattavissa olevan toimitustavan, joka mitä todennäköisemmin on asiakkaalle tuttu jo muistakin verkkokaupoista.

Liittynään integraatiotoimittajana toimi verkkokaupan järjestelmien asiantuntija Smilehouse ja pilottiasiakkaana Dropinmarket.com, jolla tällä hetkellä on yli 40 000 kanta-asiakasta. Dropinmarket.com valittiin vuonna 2010 Vuoden verkkokaupaksi.

– Rajapinta soveltuu erilaisten verkkokaupparatkaisujen integroimiseen Posten Logistik SCM:n pohjoismaisiin jakeluratkaisuihin. Rajapintaan on valmiiksi määritelty vielä lukuisia laajennusmahdollisuuksia, joiden avulla liiketoiminnaltaan erilaiset verkkokaupat pystyvät ottamaan tarvittavat palvelut käyttöön joustavasti, kuvaa Valvanne.

Dropinmarket.com:in entisessä varastossa Helsingin



Valimossa puretaan paraikaa viimeisiä hyllyjä. Kymmenien tuhansien varianttien varasto siirrettiin alkuvuodesta Turkuun, Posten Logistik SCM:n logistiikkavarastoon. Muutto suunniteltiin tarkasti ja yliheitto toteutettiin yhteistyössä muutamassa päivässä Turkuun.

Nyt Turun satamasta alkaa pohjoismainen logistiikkaketju:

- Varasto on suoraan terminaalin yhteydessä, joten keräilyn ja lähettämisen välillä ei synny viivettä. Turusta Tukholmaan tavara kulkee 7,5 tunnissa.

Valvanne muistuttaa, että nopeuttakin kriittisempää on, että asiakas saa oikeaa tietoa lähetyksen etenemisestä. Kuluttaja saa tiedon esim. tekstiviesteinä ja pystyy seuraamaan suoraan mm. Dropinmarket.com sivuilta tai mobiilipalvelusta lähetyksen liikkeitä.

MyPack -palvelun paketin mukana asiakas saa paketin mukana palautustarran, jolla varustetun paketin voi jättää palautuksena noutopisteeseen kuultua. Myös alkuperäisen paketin ID riittää lähetyksen palauttamiseen. Ostoksen toimiva ja helppo palautusmahdollisuus on kuluttajakaupassa luonnollisesti

"Varasto on suoraan terminaalin yhteydessä, joten **keräilyn ja lähettämisen** välillä ei synny viivettä."

kilpailuetu, mutta verkkokauppiaan kannattaa myös miettiä, miten palautuslogistiikan sujuvuus tai sujuuttomuus vaikuttaa kustannuksiin.

- Palautusten seuranta on tärkeää: palautukset on voitava automaattisesti kohdistaa alkuperäiseen tilaukseen. Näin vältetään manuaaliselta työltä asiakaspalvelussa, varastonhallinnassa, laskutuksessa, ja reskontrassa. Rajapinnan avulla pystymme automatisoimaan palautuksien kohdistamisen alkuperäisiin tilauksiin ja palautuksien seurannan asiakaspalvelussa. Myös kuluttaja pystyy seuraamaan palautuksiaan mikä vähentää turhia yhteydenottoja asiakaspalveluun. Kun palautus kohdistuu alkuperäiseen tilaukseen ja sitä kautta sopimustunnukseemme, varmistamme myös että palautuksen kustannus on sopimuksen mukainen ja laskutus on läpinäkyvää. Tämä on tärkeää kustannuseurannan kannalta.

Seurattavuuden avulla saavutettu kustannussäästö on merkittävä:

- Aiemmallalla toimintatavallamme yhden palautuksen sisäisiin hallinnointikustannuksiin asiakaspalve-





lussa, reskontrassa ja varastolla upposi hyvinkin 20 euroa per palautus, Valvanne sanoo.

Seurattavuuden etuna on myös se, että palautus-toimitusten hinnat ovat verkkokauppiaille tiedossa etukäteen ja kustannusten erittely helpottaa siten hinnoittelua. Koska toimitusprosessista tulee kontrolloitava ja läpinäkyvä, verkkokauppias voi myös oppia tavaravirrasta:

- Useimmiten havaitaan, että tuoteinfo on puutteellista, jos tietyn tuotteen kohdalla palautuksia on paljon. Tilanne voidaan korjata parantamalla tuotteen kuvausta verkkokaupassa, kertoo aluemyyntipäällikkö Jussi Järvinen Posten Logistikiltä.

Tyypillisesti verkkokaupan valikoima koostuu suuresta määrästä eri nimikkeitä. Tästä syystä Posten Logistikin Turun logistiikkakeskuksessa tarvittiin asennemuutos:

- Olemme miettineet pientavaran varastoinnin kokonaan uusiksi. Aikaisemminkin meillä oli asiakkaita, joilla ole tarve pientavaran säilyttämiseen ja lähettämiseen. Nyt osa logistiikkakeskuksestamme on muutettu tukemaan pientavarakeräilyä ja lähettämistä. Hylyväliillä on useita kymmeniä tuhansia nimikkeitä, useilta eri asiakkailta, kuvaa Järvinen.

Dropinmarket.com:in varaston ulkoistamisesta on kulunut vasta muutama kuukausi, mutta Valvanne toteaa tyytyväisenä, että omaan varastotoimintaan verrattuna toimitusten oikeellisuus ja nopeus on huomattavasti parempi.

Parhaillaan Turussa kehitetään paperitonta ja puheohjattua keräilyä, joiden ansiosta virhealttius vähenee entisestään ja tehokkuutta saadaan lisää.

Vaatekaupassa varastolta edellytetään myös tavallista parempaa tuotetuntemusta: keräilijän on erotettava käsittelyn yhteydessä toisistaan samankaltaiset tuotteet ja tehtävä tarkistuksia keräilyprosessissa. Dropinmarket.com:in varastonhallinnan ja keräilyn vaatimuksiin on paneuduttu huolella: väärän tuotteen keräily aiheuttaa ei vain yhtä vaan useita virheitä ja siten moninaisia lisäkustannuksia, joten työkalut pitää olla kunnossa.

- Jos asiakas saa virheellisen toimituksen, vaate on tietysti palautettava, vaihdettava tai ostos hyvitetävä



”Suomalaisten verkkokauppojen asiakkaille voidaan tarjota nyt tasalaatuista logistista palvelua **muuallakin kuin Suomessa.**”

- näin aiheutuu paitsi lähetyskustannuksia, mutta myös turhissa lisätyövaiheissa palaa rahaa. Lisäksi mahdollisesti asiakkaamme menettää paitsi kaupan myös asiakkaan, sanoo Järvinen.

Haasteena on myös kohdistaa saapuva tavara vastaamaan asiakkaan ostolaskuja. Dropinmarket.com:lla 13 lavaan voi kohdistua esim. 2791 riviä. Valvanne korostaakin nimettyjen yhteyshenkilöiden tärkeyttä.

- Meitä palvelevat aina samat nimetyt henkilöt - kun tehtävät on vastuutettu henkilötasolle, informaatio kulkee tehokkaimmin, tietous tavarastamme ja tarpeistamme on parhaimmillaan ja asiat luonnistuvat kiitettävästi.

Valvanne ihmettelee, miksi suomalaisessa verkkokaupassa kotimarkkinaksi ymmärretään usein pelkästään oma maa. Samalla menee sivu suun merkittävä kasvupotentiaali.

- Verkkokauppahan on globaalia: Internetin avulla tavoitetaan asiakkaat missä tahansa. MyPack-pakettipalvelun ja tämän nyt rakennetun rajapinnan ansiosta logistiset työkalut ovat olemassa.

Viime kaksi vuotta ulkomaiset verkkokaupat ovat voimalla tunkeutuneet Suomen markkinoille, ja kuluttajien kiinnostus verkkokauppaa kohtaan kasvaa. Moni ulkomainen verkkokauppa käsitetään kotimaiseksi. Valvanne on Verkkoteollisuus Ry:n hallituksen jäsenenä keskustellut yli 100 suomalaisen verkkokauppiain kanssa:

- Usein kuulee sanottavan, että ”kotimarkkina on niin pieni”. Osa näkee kyllä kasvupotentiaalin Suomen ulkopuolella ja konseptikin on ehkä kunnossa, mutta kun keskustellaan siitä, miksi muualle ei myydä, ilmenee usein että showstopperina on ollut joko se, että resurssit eivät riitä jakeluratkaisujen integrointiin järjestelmätasolla, tai että tarjolla ei ole ollut riittävän hyvää palvelutasoa tarjoavaa kumppania, esimerkiksi palautuslogistiikan osalta.

Koska mahdollisuudet kustannustehokkaisiin pakettitoimituksiin koko Pohjolan sisällä nyt ovat olemassa, halusi Valvanne olla mukana yhdistämässä järjestelmiä ja toimijoita, jotta suomalaisten verkkokauppojen asiakkaille voidaan tarjota tasalaatuista logistista palvelua muuallakin kuin Suomessa. ■

Verkkokauppias – miten päätät kasvaa?



Jos verkkokauppa on kasvukäyrällä, on väistämättä tehtävä suuria päätöksiä:

Hankitko lisää varastotilaa?

Palkkaatko uutta varastohenkilökuntaa? Miten selviydyt tilauspiikeistä ja lunastat palvelulupauksen? Miten vastaat verkkokaupan sykliseen luonteeseen ja skaalautuvuustarpeisiin? Entä miten varmistat

kasvun tulevaisuudessa – mistä etsit uusia markkinoita? Viime vuonna n. 4 miljoonan euron liikevaihdon tehneen Dropinmarket.com:in Juha Valvanne vastaa:

- Visionamme on kasvaa hakemalla uusia markkinoita Pohjoismaista ja meidän ratkaisumme oli ulkoistaa varastomme ja ottaa käyttöön kaikki Pohjoismaat kattava jakeluratkaisu. Haimme aidosti kustannustehokasta

ja skaalautuvaa ratkaisua, joka sopii tulevaisuuden suunnitelmiimme.

Kuluttajaverkkokaupassa tilaukset kasaantuvat viikonlopuille ja varastopalveluiden skaalautuvuustarpeista tulee kasvavalle yritykselle helposti ongelma. Alkuvuokien toimituspiikit, sesongit ja netin erikoiskampanjat korostavat ulkoistetun varastonhallinnan etuja:

kun lähetykset on saatava matkaan viipymättä, logistiikkakumppani voi lisätä kiireaikoihin joustavasti työvoimaa. Vastaavasti low-season aikaan resurssien määrää pienennetään. Suurella toimijalla on parhaat mahdollisuudet saada resurssit skaalautumaan, ja tuoda siten kustannustehokkuutta.

Verkossa piilee kasvupotentiaalia

Euroopassa vain Ruotsissa ja Tanskassa on useammalla yrityksellä kotisivut kuin Suomessa. Mutta kun tarkastellaan netin hyödyntämistä myynnissä tai ostoissa, puoli maanosaa menee edellemme, ilmenee Verkkoteollisuus ry:n raportista.

Tuoreen tiedon mukaan luottokorttimaksut ulkomaisiin verkkokauppoihin kasvoivat yli 40 prosenttia viime vuonna edellisvuoteen verrattuna. Sen sijaan Internetin tila Suomessa 2011 -kyselystä ilmenee, että 69 prosentilla kyselyyn vastanneista suomalaisyrityksistä ei ole toimivaa suunnitelmaa hyödyntää internetiä. Tämä siis samaan aikaan kun suomalaiskuluttajat ostavat tuotteita innokkaasti ulkomaisista nettikaupoista.



Mikko Marsio

Aalto-yliopiston kanssa tehty selvitys on tähän asti

laajin yhteenveto internetin käytön hyödyntämisestä Suomessa.

Tulokset ovat Verkkoteollisuuden mukaan murheellista luettavaa:

– Suomalaiset yritykset eivät ole ymmärtäneet verkon mahdollisuuksia liiketoiminnan kehittämiseksi, sanoo Verkkoteollisuus ry:n hallituksen puheenjohtaja Mikko Marsio.

Raportista ilmenee, että suomalaiset ovat kuluttajina ja yksityishenkilöinä verkon käytössä maailman huipputasoa. Mutta verkon mahdollisuuksien ymmärtäminen jostain syystä puuttuu yrityspäätäjiltä ja liiketoiminnan kehittäjiltä, eivätkä Rovion kaltaiset harvinaiset menestystarinat riitä pitämään maamme kasvua yllä:

– Meiltä ei löydy kuin muutamia harvoja sellaisia yrityksiä, jotka ovat todella tehneet ison kansainvälisen läpimurron verkkoliiketoiminnan saralla, ihmettelee Marsio.

Vaikka tekninen osaaminen on korkeatasoista, kyselyyn vastanneet toteavat mm. halukkuuden lähteä kansainvälistymään olevan mitätöntä. Verkkoliiketoiminnassa on



potentiaalia, jolla voidaan varmistaa kasvu ja pitää esimerkiksi kovaa vauhtia katoavat tekniikan alan työpaikat kotimaassa.

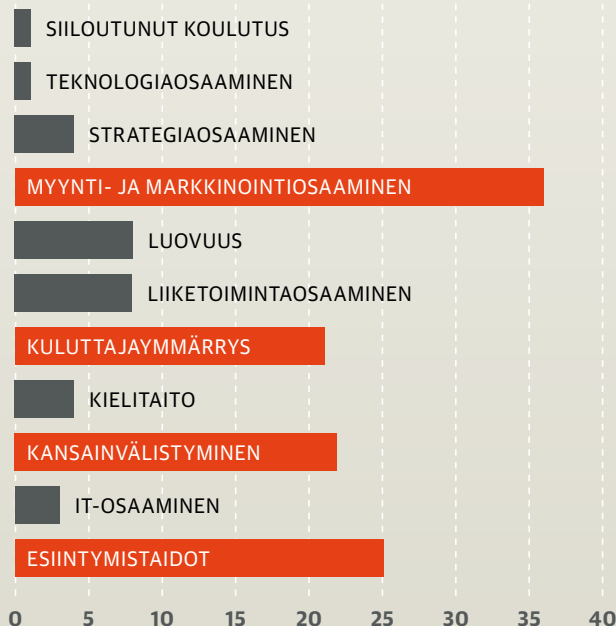
Yhdistys aikoo aloittaa laajan ohjelman verkkoliiketoiminnan edistämiseksi:

– Tavoitteena on nostaa Internetin mahdollistamat uuden

liiketoiminnan alueet yhdeksi tulevaisuuden tukijaloista. Tämän päivän Suomessa Internetiä ei koeta yhdeksi suureksi mahdollisuudeksi. Kerätyn tutkimustiedon ja asiantuntijoiden näkemysten mukaan internet on suuri mahdollisuus, jos vain haluamme tarttua siihen, sanoo Marsio.

Kansainvälistyminen heikkous verkkoliiketoiminnassa

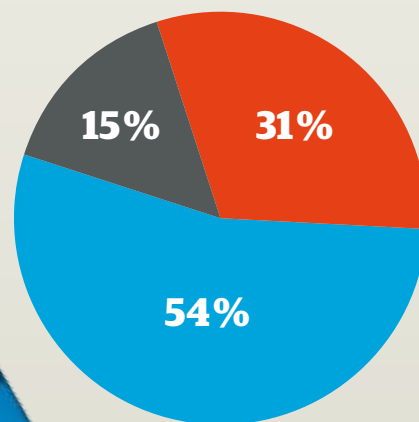
Kysymys: Valitse 3 mielestäsi suomalaista heikkoutta verkkoliiketoiminnassa:



Kaksi kolmesta ei ole miettinyt verkon mahdollisuuksia

Väite: Organisaatiollamme on hyvin toimiva verkkoliiketoimintastrategia osana IT-strategiaa tai liiketoimintastrategiaa.

■ KYLLÄ
■ EI
■ EN OSAA SANOA
n=164



Lähde: Internetin tila 2011 / Verkkoteollisuus ry

Varpaat turvassa

Hyvästit solmuille

Roikkuviin kengännauhoihin ja epätasaisen nauhoituksen takia huonosti istuviin kenkiin kyllästynyt surffari kehitteli mekanismin, jolla kengän nauhojen päät saattoi unohtaa urheilukengissä. Viime vuonna Sievin Jalkine lanseerasi samalla kiristysmekanismilla varustetut kengät turvajalkinemarkkinoille. Niistä on tullut erittäin suosittuja valmistajan tärkeimmillä markkina-alueilla Pohjois- ja Keski-Euroopassa.

Pyöräytä ja kiristä. "Pylpyrän" eli Boa-mekanismin avulla nauhat pysyvät luistamatta paikallaan, kiristysten säätäminen onnistuu yhdellä kädellä rullaa pyörittämällä.

Nostamalla rullaa nauhoitus vapautuu. Painamalla se alas mekanismi lukittuu.

Mekanismin ansiosta jalkineissa ei ole roikkuvia nauhoja, joten kompastumisriskiä pienenee. Kun mekanismi on lukittu, nauhat pysyvät luistamatta paikoillaan.

Boa®-kiristysmekanismin tuotteisti vuonna 2001 yhdysvaltalainen surffari Gary Hammerslag. Ensimmäisen kerran mekanismi nähtiin lumilautakengissä, minkä jälkeen se on nopeasti levinnyt mm. juoksu- ja pyöräilyjalkineisiin.

Pukeminen ja kiristyksen
sääto onnistuvat jopa
hanskat kädessä.

– Tehokas jakelukumppani on olennainen osa jalkinevalmistajan kilpailukykyä niin kotimaisessa kuin kansainvälisessäkin kilpailussa, sanoo Sievin Jalkineen talouspäällikkö Katja Kemppainen.

Nopeat toimitukset kilpailuvalttina



Turva- ja ammattijalkineita sekä miesten ja naisten vapaa-ajanjalkineita valmistava Sievin Jalkine on kasvanut Pohjois-Euroopan johtavaksi valmistajaksi alallaan. Sievi-konsernin liikevaihto ylittää nykyisin noin 60 miljoonaa euroon. Päämarkkina-alueena on Pohjois-Eurooppa, joka kattaa Pohjoismaiden ja Baltian lisäksi mm. Saksan, Iso-Britannian ja Venäjän. Posten Logistik SCM Oy hoitaa suurimman osan Sievin pakettikuljetuksista Eurooppaan. Yhteistyö juontaa vuosikymmenen taa, 2000-luvun alkupuolelle.

– Posten Logistikin jakeluverkosto sopii Sievin Jalkineen vientiasiakasmaihin. Lisäksi toiminta on nopeaa ja kustannustehokasta. Nopeat ja täsmälliset toimitukset sekä kattava jakeluverkosto ovat asioita, joita vaadimme kuljetuskumppaniltamme, kertoo talouspäällikkö Katja Kemppainen.

Posten Logistikin autot noutavat pakettikuljetuksia Sievistä jokaisena arkipäivänä.

– Myöhäinen nouto-aika tehtaaltamme mahdollistaa sen, että päivän aikana tulleet tilaukset pystytään käsittelemään ja lähettämään vielä samana päivänä asiakkaalle, kertoo Kemppainen.

Sievin Jalkineessa ollaan tyytyväisiä laajan jakeluverkoston toimivuuteen ja nopeuteen:

– Tehokkaan jakelukumppanin merkitys on olennainen osa jalkinevalmistajan kilpailukykyä niin kotimaisessa kuin kansainvälisessäkin kilpailussa. Vahvuutemme ovat laaja jalkinevalikoima sekä nopea saatavuus – näihin kilpailijamme eivät pysty vastaamaan.

Voimme luvata toimitukset kuvastotuotteille Sievistä asiakkaalle 24 tunnin sisällä tilauksesta. Kun tuontikenkiä on tilattava suuret määrät ennakkoon, Sievin jalkineita asiakkaat voivat sen sijaan

tilata tänään ja tuote on heillä jopa tilausta seuraavana työpäivänä, Kemppainen kuvaa.

Sievi käyttää Posten Logistikin DPD-pakettipalvelua, jonka verkostoon kuuluu yli 500 jakeluterminaalia Euroopassa. Niiden kautta jaetaan yli 2 miljoonaa pakettia päivittäin.

– Nopeat ja täsmälliset toimitukset ovatkin tärkeimpiä tekijöitä logistiikkakumppania valittaessa. Yhtiöllä ei ole varaa antaa kuljettajan riskeerata Sievin Jalkineen palvelukonseptia. Toimitusvarmuus ja seurattavuus on tärkeää, sillä asiakas odottaa aina tilaamiaan kenkiä ja näin ollen on aina tiedettävä, missä lähetyksen kulloinkin menossa. ■

Teksti: Meri Mäkkylä

SIEVI

» Sievin jalkineita viedään 25 eri maahan, pääasiassa Eurooppaan.

» Sievin Jalkineen tuotteet valmistetaan omilla tehtailla Sievissä ja Oulaisissa. Koko konsernilla on noin 570 työntekijää. Noin puolet kengistä menee vientiin.

» Sievi sai vuonna 1991 ensimmäisenä Euroopassa koko turvajalkinehallistoleen CE-merkintäoikeuden.

» Tällä hetkellä maailmassa on liki kuusi miljoona ao. kiristysmekanismilla varustettua jalkineparia.





LONTOON OLYMPIALAISET

Kultaa logistiikassa

Tässä kaksi ennustusta vuoden 2012 Lontoon olympialaisten alla:



Ensinnäkin kaikki olympiastadionin 80 000 katsojaa pidättävät hengitystään noin yhdeksän sekunnin ajan, kun Usain Bolt singahtaa lähtötelineestä 100 metrin finaalissa.



Toiseksi hyvin harva, jos kukaan, olympialaisten kävijöistä miettii kisojen takana tehtävää logistista työtä.

Miljoona varustetta ja välinettä, jotka täytyy toimittaa oikeaan paikkaan oikeaan aikaan. Raaka-aineita arviolta 14 miljoonaa ateriaa varten 40:een eri paikkaan. Vuoden 2012 olympialaiset ovat suurin logistinen haaste, jonka Englanti on kohdannut sitten sotien. Sitä on verrattu 46 MM-kisan järjestämiseen 34 paikassa – samanaikaisesti.

Teksti: David Noble **Kuva:** Pelle Lundberg

Kuvitus: Mattias Käll

Itse kisat pidetään 27. heinäkuuta ja 12. elokuuta välisenä aikana, ja ne houkuttelevat Lontoon yhteensä 11 miljoonaa kävijää. Se on 50 prosenttia enemmän kuin mihin suositettu matkailukaupunki on tottunut. Luvassa on suuri haaste, eikä vähiten Lontoon kapeille kaduille ja jo valmiiksi ylikuormitetulle liikennejärjestelmälle.

Lontoon 2012 olympialaisten Sponsorship & Operations -vastaavan Alan Williamsin mukaan logistiikan osalta on vain yksi tavoite olympiakesän alla:

- Meidän on varmistettava, että urheilijat voivat keskittyä vain kilpailemaan ilman että heidän tarvitsee murehtia, missä heidän varusteensa ovat.

Samanaikaisesti tavarantoimitusten on sujuettava, ja kävijöiden on pystyttävä liikkumaan paikasta toiseen.

- Olemme käyttäneet valtavasti aikaa sen varmistamiseen, että pääkaupungin yritykset voivat pyörittää liiketoimintaansa myös kisojen aikana ja että kaikki pystyisivät nauttimaan hienosta tunnelmasta ja hyötymään tästä ainutlaatuisesta tapahtumasta, kertoo Lontoon pormestari Boris Johnson.





Tärkeitä paikkoja

Lontoon olympialaiset 2012

Jotta valtava logistiikkakoneisto toimisi virheettää, ei mitään jätetä sattuman varaan. Tarkkoja testejä on tehty yli 20. Lontoon esiolympialaisissa marraskuussa 2011 paikalle tuotiin 9 000 kalustetta ja 7 870 neliometriä lattiapintaa yhtä urheiluareenaa varten, joka pystytettiin ja purettiin tiukassa aikataulussa.

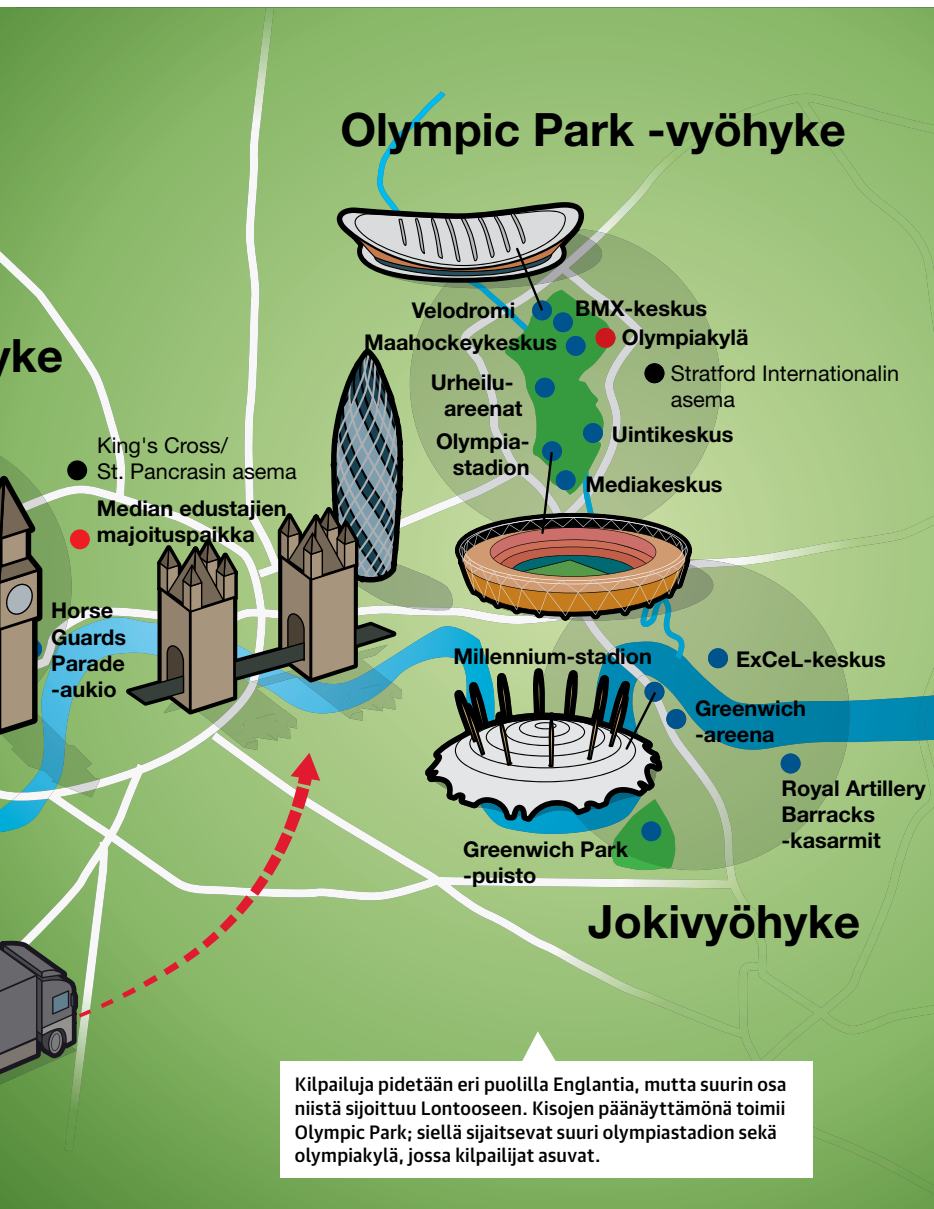
Päällimmäinen vastuu kisojen suunnittelusta ja toteutuksesta on LOCOG:llä, yksityisen yrityksen tapaan johdettavalla järjestelytoimikunnalla. Koska LOGOC halusi, että monimutkaisesta logistiikasta huolehtii yksi ja sama toimittaja, antoi se logistiikkayritys UPS:lle toimeksiannoksi hoitaa lähestulkoon kaiken jakelun ja varastoinnin. Logistiikkatoimittaja vastaa lisäksi kuriiripalveluista sekä tullin kautta tulevien tavaroiden tullaamisesta ja toimittamisesta niille 205 joukkueelle, jotka saapuvat

kisaamaan olympialaisiin kaikkialta maailmasta. Useimmat ulkomaisista toimituksista, vaikkapa kanootit Kamerunista tai kiekot Ruotsista, saapuvat joko Thames-joen varrella sijaitsevaan Tilburyn satamaan tai suurelle lentokentälle, esimerkiksi Heathrow'lle, jatkokuljetusta varten. Lontoossa ja sen ulkopuolella sijaitseville kisapaikoille toimitetaan varusteita ja muita tarvikkeita kahdesta päävarastosta käsin. Toinen niistä sijaitsee Stevenageissa ja on suuruudeltaan lähes 28 000 neliometriä; toinen, 51 000 neliometrin varasto sijaitsee Tilburyssa. Yhteensä varastoihin mahtuu 66 000 varastolavaa.

Urheilijoiden varusteiden lisäksi toimitettavana on paljon muitakin. Maailman televisioasemat ovat myös logistiikan varassa ja luottavat siihen, että heillä on tarvittavat välineet käytettävissä ään yli 170 paikalla.



NATALIE CHAPMAN
Lontoon Freight
Transport Associationin
toimintapolitiikkavastaava



Lontoon saaste- ja melutasot ovat kaksinkertaisia muihin eurooppalaisiin kaupunkeihin verrattuna, ja asukkaat toivovat olympiakisoista käännekohtaa. Raskaiden ja kevyempien kuorma-autojen päästöjä koskevia lakeja on jo tiukennettu, ja Lontoon pormestari Boris Johnson (yllä) on tuonut kaupungin kaduille vaaleansinisiä pyöräkaistoja sekä vuokrapyöriä useille keskeisille paikoille.

"Rahti ei selvästikään ole yhtä kiehtovaa kuin bussit tai pyörätiet."

NATALIE CHAPMAN

Lontoo on todellinen keskus niin taloudelle, muodille kuin kulttuurille, mutta kaupungin liikennejärjestelmä ei ole kehittynyt samassa tahdissa. Kysymys kuuluukin, miten kaupunki selviytyy olympialaisten ja paralympialaisten tuomasta massiivisesta liikenteestä, kun otetaan huomioon kaikki pysäköintirajitukset, suljetut tiet ja ajoittaiset toimituskiellot olympia-areenojen läheisyydessä. Natalie Chapman, joka vastaa Freight Transport Associationin toimintapolitiikasta Lontoossa, kertoo Tempolle, ettei rahtikysymysten saaminen kisajärjestelyjen asialistalle ollut helppoa.

- Rahti ei selvästikään ole suunnittelijoiden mielestä yhtä kiehtovaa kuin bussit tai pyörätiet, mutta lukuisat toimitusrajoitukset tekevät siitä valtavan haasteen, hän kertoo.



Olympialaisten logistiikka lukuina

26



olympialajia

14700

urheilijaa 205 maasta

20

paralympialaisten lajia

12

miljoonan turistin odotetaan vierailevan Lontoossa olympialaisten aikana, 50 prosenttia enemmän kuin tavallisena vuotena

34

kisapaikkaa

6,5

miljardia puntaa on sijoitettu liikennejärjestelmän päivittämiseen kapasiteetin ja palvelun parantamiseksi

7000

uutta rakennusalan työpaikkaa

Chapman huomauttaa myös, ettei tilannetta juurikaan helpottanut se, että monet kuljetusyritykset ja tavarantoimittajat olivat myöhään liikkeellä logistiikan suunnittelussa. Työ käytännön ratkaisujen löytämiseksi pääsi kuitenkin lopulta vauhtiin, pitkälti Lontoon viranomaisten ansiosta.

Yli 400 suur yritystä on saanut räätälöidyt ohjeet, joissa niitä kehoitetaan täyttämään varastot etukäteen, vähentämään kuljetuksia mahdollisuuksien mukaan, lykkäämään myöhemmäksi vähemmän kiireisiä toimituksia sekä yrittämään hoitaa kuljetukset työajan ulkopuolella.

Pienille ja keskisuurille yrityksille on järjestetty aluekohtaisia työpajoja, joissa niitä on kannustettu selvittämään erilaisia toimitusvaihtoehtoja, käyttämään turvallisia tallelokeroja sekä valitsemaan jalan tai pyörällä tehtäviä toimituksia. Huoltoyrityksiä on pyydetty hoitamaan kaikki ennalta ehkäisevät huolto-toimenpiteet ennen kisoja.

Negatiivisia seurauksia on pyritty vähentämään

ORN/PRN

Olympic and Paralympic Route Network on niiden teiden verkosto, jotka suljetaan ajoittain tavallisilta kulkijoilta kisojen aikana. Tarkoituksena on, että tärkeät henkilöt pääsevät kisoihin ja sieltä pois ajallaan. ORN/PRN on yksi Lontoon olympiaisännöyden edellytyksistä. Sillä pyritään välttämään Ateenan olympialaisia vuonna 2004 kiusanneet ongelmat, kun urheilijat ja toimitsijat eivät ehtineet kisoihin ajoissa liikenteen takia.

myös kommunikaatioon panostamalla, esimerkiksi kysymällä työntekijöiltä, tavarantoimittajilta ja asiakkailta heidän lomasuunnitelmistaan ja tavastaan kulkea töihin sekä pyytämällä tiettyjä yrityksiä muuttamaan aukioloaikojaan.

Nyt näyttää siltä, että työllä on ollut toivottu tulos. Konsulttiyritys Deloitten selvityksen mukaan suuret brittiyritykset ovat havahtuneet ymmärtämään, että voidakseen hyödyntää olympialaisten tuomat liiketoimintamahdollisuudet ja minimoidakseen toiminnan keskeytykset niiden on oltava valmistautuneita.

Natalie Chapman ei kuitenkaan vain toivo, että kisat sujuisivat mallikkaasti, vaan että uusista logistiikkaratkaisuksista olisi hyötyä myös tulevaisuudessa.

- Uskomme esimerkiksi, että hyvin hoidetut yökuljetukset voivat vähentää ruuhkia, päästöjä ja polttoaineenkulutusta sekä tuoda kauppoihin tuoreempia tavaroita. Se on hyvä syy jatkaa samaa rataa kisojen jälkeen, hän toteaa. ■

Lontoon liikennepäällikkö ehdottaa: **Pubin kautta kotiin**

Kotimatkaa häiritsevästä ruuhkista huolestuneet lontoolaiset saavat vuoden 2012 olympialaisten alla yllättävän neuvon pääkaupungin liikennepäälliköltä Peter Hendyltä. Hän kannustaa suuntaamaan ensin publiin ja kotiin vasta hieman myöhemmin.

Teksti: David Noble **Kuva:** TfL



Liikennepäällikkö Peter Hendyllä on monta rautaa tulossa. Toisaalta hänen täytyy Transport Commissioner for Londonin ominaisuudessa varmistaa, että kaikki 55 000 urheilijaa, median

edustajaa ja toimitsijaa pääsevät kisapaikoille sujuvasti ja ajallaan. Toisaalta hänen on huolehdittava siitä, että pääkaupungin yritykset pystyvät pyörittämään liiketoimintaansa mahdollisimman vähäisin häiriöin.

- Meillä on kaksi selkeää tavoitetta: tehdä Lontoon olympialaisista 2012 menestys ja mahdollistaa lontoolaisyritysten liiketoiminnan sujuminen kesällä, Peter Hendy sanoo.

Haaste on valtaisa, eikä vähiten siitä syystä, että Lontoo 2012 pyrkii saamaan kaikki katsojat (100 prosenttia) kulkemaan kisoihin julkisilla kulkuneuvoilla, kävellen tai pyöräillen. Lontoon joukkoliikennelaitoksen (TfL) mukaan matkustajia tulee olemaan kisojen aikana parhaimmillaan 4,3 miljoonaa ja matkoja tehdään joka päivä kolme miljoonaa enemmän kuin tavallisesti.

- Suuressa osassa Lontoota liikenne sujuu suunnilleen normaalisti, mutta muita osia, kuten Lontoon keskustaa ja kisapaikkojen läheisiä alueita sekä tieverkostoa ja julkisen liikenteen verkostoa, kisat tietenkin kuormittavat, Peter Hendy myöntää.

Liikennepäälliköllä on kuitenkin hyvinkin käytännöllinen ratkaisu ruuhkien välttämiseksi. Hän ehdottaa, että ihmiset suuntaavat töiden jälkeen hetkeksi publiin.

- Emme suinkaan kiellä ketään liikkumasta. Emmekä kiellä lähtemästä töistä kotiin viideltä. Mutta ehdotamme niille, jotka voivat odottaa, että he menevät ensin publiin ja kotiin vasta puoli seitsemältä, hän sanoo.

Britannian hallitus ja eri liikenneverkostot ovat tehneet kisojen alla yhteistyötä ja lanseerasivat maaliskuussa suuren valtakunnallisen kampanjan nimeltä "Get Ahead of the Games". Sen tarkoituksena on kannustaa matkustajia suunnittelemaan kulkemisensa etukäteen niin, että he voivat vähentää liikkumisen tarvetta, käyttää toista tietä, kulkea eri aikaan tai muuttaa kulkureittiään pahimpien ruuhkien välttämiseksi. Aloite pitää



"London Bridge Station tulee olemaan täpötäynnä, ja sitä olisikin syytä välttää."

PETER HENDY

sisällään myös verkkosivuston, jossa kerrotaan erityisen ongelmallisista paikoista. TfL:n mukaan London Bridge Station on luultavasti yksi kaikkein ongelmallisimmista, kun 50 000 ihmistä suuntaa Greenwichiin seuraamaan hevosurheilua.

- London Bridge Station tulee olemaan täpötäynnä, ja sitä olisikin syytä yrittää vältellä, Hendy varoittaa.

Hänen käytännönläheinen suhtautumisensa on johtanut myös siihen, että hän kieltäytyy avaamasta ORN/PRN-pikaraidetta jo viikkoja ennen kisojen alkamista 27. heinäkuuta. Pikaraiteen tarkoitus on helpottaa urheilijoiden, median edustajien ja muun kisahenkilökunnan pääsyä kisapaikoille ajoissa, mutta se avataan vasta kaksi päivää ennen kisoja. Se tarkoittaa, että matkustajien on luotettava Lontoon liikennejärjestelmään siihen asti ilman erityisiä etuoikeuksia.

Elektroskandian logistiikkajohtaja Mikko Paakkisen mukaan toimitusvarmuus on niin olennainen asiakastyytyväisyyden tekijä, että uuden kumppanin valinnassa keskityttiin palvelutason parantamiseen pelkän kustannusvertailun sijaan.

Jakelumallin muutos tuo sähköämpää toimintaa

M

Maaliskuun alusta lähtien Elektroskandian merkittävin kuljetuskumppani on Posten Logistik SCM Oy. Yhteistyö kattaa 90 prosenttia sähkötukkurin kuljetuksista koko maassa lukuunottamatta pohjoisinta Suomea Oulusta ylöspäin.

- Posten Logistikin jakelumalli poikkeaa muiden toimijoiden malleista ja se oli avain meidän toimintamme tehostamiseen ja parantamiseen. Tavoitteena oli tehostaa toimintaa ja vähentää logistiikkakeskuksemme tilantarvetta, mutta myös erityisesti parantaa palvelua -

lähetyksen on saavuttava sopimuksen mukaan ajallaan ja ehjänä, kertoo Paakkinen.

Perusteet jo ennestään hyvän palvelutason petraamiseen ilmenevät yhtiön neljännesvuositaisista asiakastyytyväisyysmittauksista:

- Kuljettamiseen liittyvät asiat, toimitusvarmuus, palvelutaso ja saatavuus nousevat jatkuvasti tärkeimmiksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttaviksi tekijöiksi. Vaikka tulokset ovatkin näyttäneet ihan hyviltä tähän mennessä, asiakkaita odottavat vielä korkeampaa palvelutasoa. Tätä eroa haluamme kuroa kokoon uuden kumppanimme avulla.

Kun pelkillä tuoteominaisuuksilla ja -valikoimalla ei enää kilpailla, asiakkaat edellyttävät erikoisjärjestelyjä moitteettoman peruspalvelun lisäksi. Paakkinen painottaa Posten Logistikin kykyä joustaviin asiakas-kohtaisiin ratkaisuihin:

- Meillä on paljon asiakkaita, joille normaali jakelu-

aikataulu ei riitä - tässä Posten Logistik SCM Oy on ollut erittäin joustava ja se on meille erittäin olennaista.

Yhtä kaikki jakelua on parannettu kaikille asiakkaille: jakelupäiviä on viikoittain viisi kaikkialle maahan entisen kahden kerran sijaan.

Sopimuksen mukaisesti normaali jakeluaikataulu on HIT InNight -palveluna kaupunkialueilla ja niiden lähistöllä oleville vastaanottajille seuraavaan päivään klo 11:een mennessä. Myyntikonttoreihin ja suurille asiakkaille tavara toimitaan omilla avaimilla ennen toimiston aukeamista. Lisäksi on asiakkaita, joille tavara on toimitettava jo aamuseitsemään tai -yhdeksään mennessä.

- Lisäksi Posten Logistik SCM:llä on riittävän suurena toimijana edellytykset hoitaa haastava ja iso kokonaisuus, josta meidän kohdallamme on kysymys. Tuotteemme ovat vaativaa kuljetettavaa: mukana on pienistä paketeista tuhansia kiloja painaviin muuntajiin, ja helposti särkyviin valaisimiin, sanoo Paakkinen.

Kumppanivaihdoksen jälkeen logistiikkakeskuksen henkilökunta tekee vähemmän reittikohtaista pakkaamista ja lajittelua. Ennen tavara lajiteltiin Hyvinkään logistiikkakeskuksessa reittikohtaisesti omille lavoilleen eri puolille maata suunnanneisiin 15 rekkaan; nykyisin pääreittejä on ainoastaan kolme ja huomattavasti pienempi määrä runkorahtiautoja ajaa vain neljään terminaaliin. Aiemmassa toimintamallissa runkokuljetusautojen täyttöaste oli alhainen, kun taas uuden toimintatavan ansiosta korkeat häkit ja lastitila saadaan paremmin täyteen.

- Muutoksen myötä toiminta on tehostunut logistiikkakeskuksessamme sekä henkilöresurssien että

ELEKTROSKANDIA SUOMI

» Liikevaihto 2011: 218 MEUR

» 313 työntekijää; 28 toimipistettä ympäri maata; logistiikkakeskus Hyvinkäällä.

» Elektroskandia Suomi Oy on sähkötarviketukku, joka tarjoaa sähkötarvikkeiden lisäksi lisäarvopalveluita sähköurakoitsijoille, teollisuuteen ja televerkkourakoitsijoille.

» Asiakkaita noin 6000

» Suurimmat tuoteryhmät: kaapelit, valaisimet ja asennustarvikkeet.

» Sijoittuu noin 25 prosentin markkinaosuudella sähkötukkurien kärkikolmikkoon.



Uuden kumppanin valinnassa kaikkein tärkeintä meille oli palvelutason parantaminen ja sitä kautta asiakastytyväisyyden kasvattaminen, sanoo Mikko Paakkinen, Elektroskandia.

tilankäytön osalta. Lisäksi kuljetusketjumme on tehos-
tunut, kun runkorahtiautojen määrä on vähentynyt ja
lastitilan täyttöaste on kasvanut.

Trailerit ajetaan hyvissä ajoin logistiikkakeskuksen
laituriin odottamaan lastausta: lähettämön tilantarve
vähenee, myynti voi jatkossa ottaa vastaan tilauksia
pidempään sekä tilausten keräilylle ja lastaukselle jää
enemmän aikaa.

Jatkolajittelu terminaaleissa vaatii resurssien oikeaa
mitoittamista ja työntekijöiltä tarkkuutta ja nopeutta.
Toimiva yhteistyö edellyttää integroitua IT-järjestel-
miä ja raportointia, joiden ansiosta tekemistä voidaan
seurata ja mitata.

”Kaikkein tärkeintä
tavoite meille oli
palvelutason pa-
rantaminen ja sitä
kautta **asiakas-
tyytyväisyyden**
kasvattaminen.”

- Sisääntulevan tavarankollikoittaiset viivakoo-
ditunnisteet skannataan terminaaleissa ja rahtikirjat
täsmätään päivittäin. Näin minimoidaan hävikki ja seu-
rattavuuden ansiosta asiakas tietää tarkalleen milloin
lähetyksen on toimitettu, kertoo Posten Logistik SCM:n
myyntipäällikkö Tomi Nurminen.

Paakkisen mukaan Posten Logistik SCM:n jakelu-
malli erottuu tarjonnasta. Uuden kumppanin valin-
nassa vaakakupissa eniten painoi kokonaisuus, ei
pelkästään kustannus:

- Kaikkein tärkeintä tavoite meille oli palvelutason
parantaminen ja sitä kautta asiakastytyväisyyden
kasvattaminen, sanoo Mikko Paakkinen. ■

Teksti: Meri Mäkkylä

Näin se toimii

Puheohjattu varastonhallinta

Puheohjattu varastonhallinta on lyönyt itsensä läpi laajalti viime vuosina. Tekniikka voidaan liittää mihin tahansa varastonhallintajärjestelmään (WMS). Se on erityisen suosittua päivittäistavara kaupassa, missä lähestulkoon kaikki suuret pohjoismaiset toimijat käyttävät puheohjausta varastokeräilyssä.

Keräilykuittaus

Käyttäjä ilmoittaa järjestelmälle mikrofonin kautta, kun tavara on poimittu, ja saa sitten tietoa seuraavasta poimittavasta tuotteesta. Hän voi myös ilmoittaa järjestelmään poikkeamista.

Keräilylistat

kannettavassa päätteessä

Toimeksiannot eli keräilylistat välitetään vyöhön kiinnitettyyn kannettavaan päätteeseen, mistä keräilijä saa tiedon niistä kuulokesetin kautta.



Langaton järjestelmä

Puheohjausyksiköt ovat yhteydessä varastonhallintajärjestelmään langattoman verkon (WLAN) kautta.

Kädet vapaiksi

Koska kaikki viestintä tapahtuu kuulokesetin kautta, käyttäjän kädet ja silmät ovat vapaina ja käyttäjä voi keskittyä varsinaiseen työhön. Se paitsi yksinkertaistaa keräilyä, lisää tehokkuutta ja vähentää virhepoimintoja, myös parantaa ergonomiaa ja työskentely-ympäristöä.

Automaattitrukit puheohjauksen seuraava suuri trendi

Varastotyöntekijöiden apuna toimivat itsestään kulkevat trukit. Siinä puheohjatun varastonhallinnan uusi kiehtova käyttöalue.

Optiscan Group Ruotsin johtajan Joakim Stannowin mukaan Pick-n-Go-nimellä kutsuttava yhdistelmä voi parantaa tuottavuutta yli 50 prosentilla.

– Se on yksi suurista varastokeräilyn alalla tehdyistä innovaatioista, ja kiinnostus sen kuin kasvaa, hän sanoo.

Ratkaisu perustuu siihen, että ilman kuljetta-

jaa kulkevat trukit, Automated Guided Vehicles (AGV), yhdistetään puheohjausjärjestelmään. Sen jälkeen sekä varastotyöntekijä että trucki saavat tietoa siitä, missä poimittava tuote sijaitsee.

Keräilijä lastaa tavarat trukkiin, joka sitten täysinäisenä siirtyy automaattisesti tavara- tai pakkausasemalle. Seuraavalla pakkausasteella keräilijää odottaa uusi, tyhjä trucki.

Puheohjaus soveltuu erityisen hyvin keräilyyn. Asger Sandberg Petersen Tanskan Apport Systemsilta uskoo kuitenkin, että tekniikka yleisty myös muillakin varastotoiminnan osa-alueilla.

Yksi niistä on tavarantoimitus.

– Uusimmassa puheohjaustekniikassa järjestelmään on mahdollista yhdistää näyttöjä ja muuta tekniikkaa, mistä on suuri etu tavarantoimituksessa, sillä siinä tarvitaan usein enemmän tietoa kuin on mahdollista välittää puheohjauksen kautta, hän kertoo.



Kysytään neljältä

Näkemyksiä Pick-by-Voicesta



Mikko Mertjärvi
Optiscan Group
Suomi



Asger Sandberg Petersen
Apport Systems
Tanska



Joakim Stannow
Optiscan Group
Ruotsi



Jarle Hotvedt
Consafe Logistics
Norja

» Miltä puheohjattujen varastojen tulevaisuus näyttää?

- Uskomme puheohjauksen yleistyvän monimutkaisen tuotteiden keräilyssä; esimerkkejä ovat juustot ja liha, hedelmät ja vihannekset, tekstiilit sekä korkeiden laatuvaatimusten tuotteet, kuten lääkkeet. Tekniikan puolella RFID voi yksinkertaistaa tiettyjen tuoteryhmien sarja- tai eränumerokäsittelyä.

- Uusin kehitys puheohjauksen alalla on tekniikka-alusta, joka mahdollistaa puheohjauksen yhdistämisen näyttöihin. Se tuo uusia mahdollisuuksia.

- Puheohjaus tulee toimimaan entistä parempana tukena kaikissa varastoprosesseissa, mikä parantaa tuottavuutta ja laatua. Lisäksi uskomme, että sitä voidaan käyttää enemmän myös varastojen ulkopuolella, esimerkiksi kirjeiden ja pakettien lajittelussa.

- Uskomme, että puheohjausta voidaan käyttää tulevaisuudessa yhä useammilla varaston osa-alueilla, kuten inventaariossa, lavojen siirtämisessä sekä pakkaamisessa ja toimituksissa. Uusien tekniikka-alustojen ansiosta puheohjausta voidaan käyttää tavallisen tietokoneen kanssa, mikä mahdollistaa laajemman käytön.

» Millaisiin varastoihin puheohjaus soveltuu?

- Puheohjaus on erinomainen ratkaisu, kun halutaan lisätä tuottavuutta, ja sen takaisinmaksuaika on lyhyt. Se mahdollistaa paremman valvonnan sekä tekee prosesseista läpinäkyvämpiä etenkin varastoissa, joissa tavaroita poimitaan päivittäin manuaalisesti. Kylmävarastoissa ja verkkokaupan alalla se on ehdottomasti paras valinta.

- Puheohjausta voidaan käyttää kaikenlaisissa varastoissa. Suurin hyöty järjestelmästä on sellaisille yrityksille, joissa tuotteita poimitaan lyhyiden välimatkojen päässä, kuten suuret tukkuvarastot ja varaosa-varastot.

- Yleisesti ottaen emme näe mitään rajoituksia sovelluskohteiden tai varaston koon suhteen. Asiakkainamme on varastoja, joissa työskentelee kolme henkilöä, sekä varastoja, joilla on 1 000 samanaikaista käyttäjää. Puheohjaus soveltuu esimerkiksi varastoihin, joissa on suuri keräilytiheys tai joissa on äärimmäisen tärkeää välttää virhepöimintoja.

- Puheohjaus on tehokkainta varastoissa, joissa keräilytiheys on suuri ja joissa on määrätty keräilykierrokset sekä nopeita varastotilauksia.

» Mitkä ovat suurimmat haasteet puhe- ohjausjärjestelmän käyttöönnotossa?

- Tärkeintä on pitää huolta henkilökunnasta. Puheohjaus on hyvin henkilökohtainen tekniikka, ja sen menestyminen edellyttää, että kaikki ovat mukana alusta lähtien.

- Puheohjausjärjestelmä on laitteisto, joka on pystyttävä liittämään mihin tahansa ohjelmistoon. Sellaiset varastohallintajärjestelmät, jotka eivät ole yhteensopivia puheohjauksen kanssa, eivät tule pärjäämään. Suurin haaste on saada käyttäjien hyväksyntä.

- Kaikissa muutosprojekteissa on tärkeää hyödyntää muutosjohtamista, jotta investoinnista saadaan täysi hyöty. Siihen kiinnitämme paljon huomiota omien asiakkaidemme kanssa.

- Haasteena on, että käyttäjät tottuvat tekniikkaan ja ymmärtävät digitaalista puhetta. Koska kyseessä on kuitenkin vain tietty määrä komentoja, oppiminen tapahtuu tavallisesti nopeasti.

Järjestelmä, joka avaa työmarkkinat

Ulkomaisten työvoiman käyttö varastoissa on tavallista kaikissa Pohjoismaissa. Puheohjausjärjestelmien etu on, että ne ovat riippumattomia kielestä.

Jotta puheohjausjärjestelmä ymmärtäisi uuden käyttäjän komennot, täytyy henkilön ensin äänittää oma ääniprofiili. Tavallista on, että järjestelmä puhuu paikallista kieltä ja käyttäjä voi vastata omalla äidinkielellään.



PAPERITON VARASTO ETENEE

Posten Logistik SCM siirtyy logistiikkakeskuksissaan ohjaamaan prosesseja sähköisten työkalujen avulla: kaikissa työvaiheissa vastaanotosta aina keräykseen ja lähetyksiin asti. Kesään mennessä järjestelmän tekniset perusvalmiudet ovat olemassa kaikissa logistiikkakeskuksissa ja useita asiakkaita on siirretty uuteen järjestelmään.



42%

Näin suuri osa EU:n väestöstä ilmoitti vuonna 2011 tehneensä verkko-ostoksia edeltäneiden kahdentoista kuukauden aikana. Vuonna 2004 vastaava luku oli 20 prosenttia.

Pohjoismaissa ostetaan eniten verkossa

Eurostatin lukujen mukaan pohjoismaalaiset ostavat ahkerimmin netistä koko EU:ssa. Kun kysyttiin, kuinka suuri osuus väestöstä oli tehnyt ostoksia verkossa viime 12 kuukauden aikana 2011, Iso-Britannia sijoittui kärkeen, Ruotsi toiseksi, Tanska kolmanneksi ja Suomi kuudenneksi.

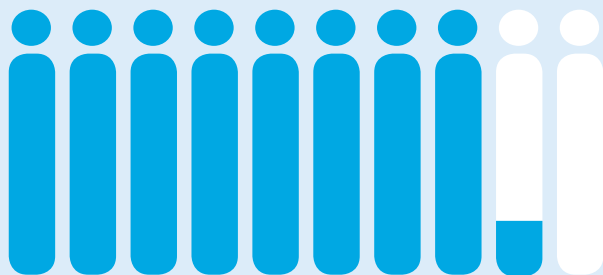
LÄHDE: COMPUTERS AND THE INTERNET IN HOUSEHOLDS AND ENTERPRISES, EUROSTAT

TUTKIMUS

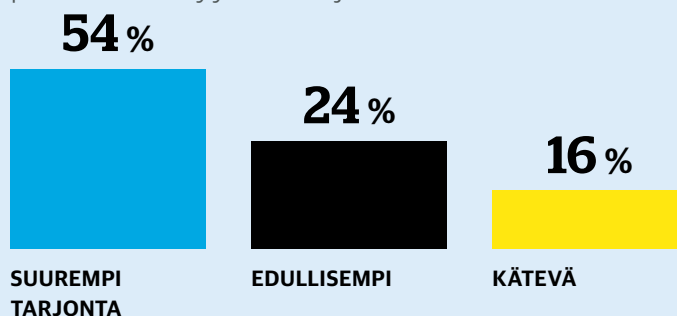
Verkkokauppa Pohjoismaissa 2012

Näin norjalaiset, ruotsalaiset, suomalaiset ja tanskalaiset tekevät ostoksia internetissä.

Hieman yli kahdeksan kymmenestä (83%) pohjoismaalaisesta on tehnyt verkko-ostoksia viimeisen vuoden aikana.

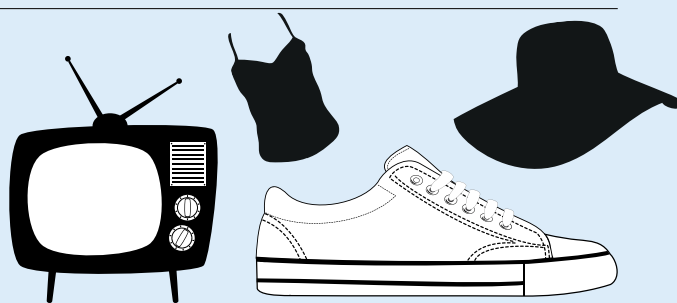


Kolme tavallisinta syytä valita verkkokauppa perinteisen myymälän sijaan.



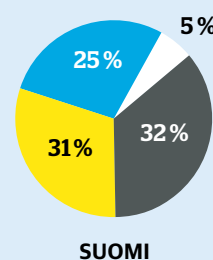
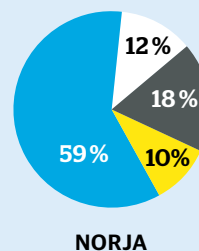
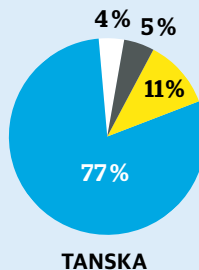
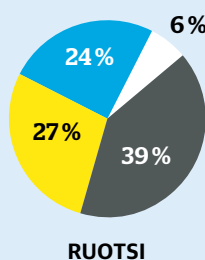
Näitä ostetaan eniten

Kolmen kärjen kaikissa Pohjoismaissa muodostavat kirjat, kodinelektroniikka sekä vaatteet ja kengät. Järjestys kuitenkin vaihtelee maittain. Ne ovat myös tuotteita, joita ostetaan eniten verkossa ulkomailta.



Näin ostokset maksetaan

- Lasku jälkikäteen
- Maksu pankkitililtä
- Pankki- tai luottokortti
- PayPal tai vastaava



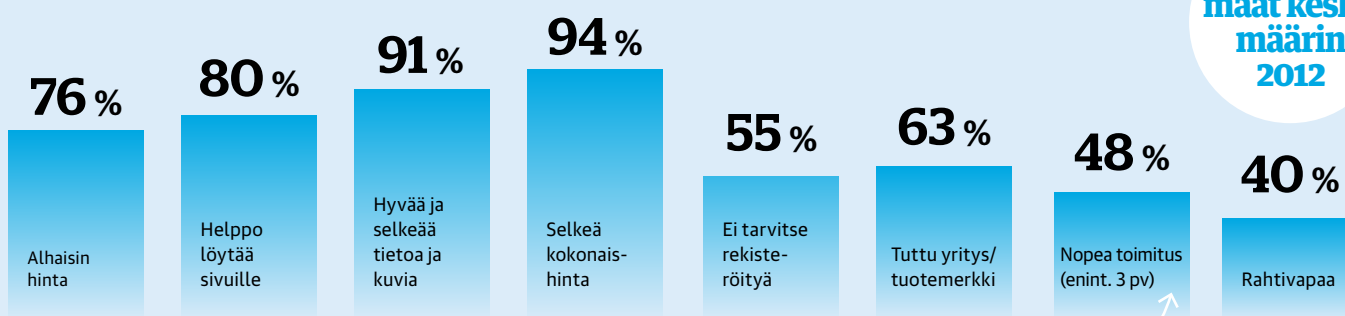
Euroopan paras alue

Financial Timesin omistama fDi Magazine on julkaissut tutkimuksen, jossa Euroopan kaupunkeja ja alueita arvioidaan niiden taloudellisen potentiaalin, kustannustehokkuuden, työvoiman saatavuuden, elämänlaadun, yritysilmaston sekä fDi:n omien kriteerien pohjalta. Suur-Tukholma rankattiin parhaimmaksi alueeksi kaikissa luokissa, ja sen perässä tulivat Ison-Britannian kaakkoisosassa sekä Kööpenhamina. Paras eurooppalainen kaupunki on Lontoo. Tukholma sijoittui sijalle 10, Kööpenhamina sijalle 12 ja Oslo sijalle 17.

LÄHDE: EUROPEAN CITY OF THE FUTURE 2012/13



Tärkeitä ominaisuuksia verkkokaupassa



**Pohjois-
maat keski-
määrin
2012**

{ **70 %** }

Tanskalaiset eivät halua rekisteröityä

Tanska erottuu joukosta, kun on kyse rekisteröitymisestä. 70 prosenttia ilmoitti pitävänsä tärkeänä sitä, ettei verkkokauppaan tarvitse rekisteröityä. Norjassa vastaava luku oli 44, Ruotsissa 52 ja Suomessa 55 prosenttia.

Nopea toimitus on kilpailuetu

Lähes puolet on sitä mieltä, että nopea, enintään kolme päivää kestävä toimitus on tärkeää. Niiden osalta, jotka eivät pidä toimitusaikaa yhtä tärkeänä, on siis hyvät mahdollisuudet ylittää odotukset.

Näin toimitaan ennen ostoksia

					POHJOIS- MAAT KESKI- MÄÄRIN 2012
Käyttää hakukonetta	69 %	79 %	64 %	61 %	69 %
Katselee hintoja vertailusivulla	63 %	67 %	58 %	54 %	61 %
Lukee muiden kuluttajien arvioita	51 %	41 %	49 %	40 %	46 %
Tutustuu tuotteeseen postimyyntikuvastossa	19 %	16 %	21 %	30 %	21 %
Katselee ja/tai kokeilee tuotetta tavallisessa myymälässä	24 %	17 %	21 %	17 %	20 %
Käyttää sosiaalista mediaa	12 %	8 %	21 %	9 %	12 %

Tietoa etsivät tanskalaiset

Tanskalaiset käyttävät vähiten sosiaalista mediaa ennen ostosten tekemistä, mutta etsivät sitä vastoin eniten tietoa hakukoneilla.

Katalogi pitää pintansa

Postimyyntikuvastot pitävät yhä pintansa etenkin Suomessa. Suomessa kolme kymmenestä tutustuu tuotteeseen postimyyntikuvastossa tai muussa vastaavassa katalogissa ennen ostamista.

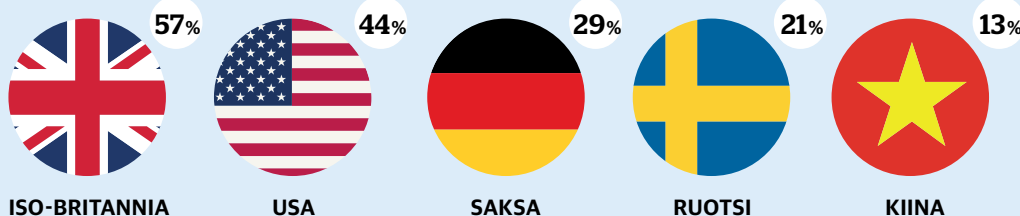
Sosiaaliset norjalaiset

Norjalaiset ovat ahkerimpia sosiaalisen median käyttäjiä.

Vastausvaihtoehdot: "Aina" + "Hyvin usein" + "Melko usein".

Ulkomaiden viiden kärki

Suosituimmat ostomaat verkkokaupassa kotimaata lukuun ottamatta.



Kysymys: Mistä muunmaalaisista verkkokaupoista olet tehnyt ostoksia? Ilmoita maa, jota pidät verkkokaupan kotipaikkana.
Oletus: tekee verkko-ostoksia ulkomailta.

Elämäsi tärkeimmät paketit – minne vain, milloin vain.



Hoidamme yrityksesi kuljettamis- ja varastointitarpeet tehokkaasti ja taloudellisesti. Voit itse keskittyä ydinliiketoimintaasi ja muuttaa kiinteitä kuluja joustaviksi.

Nopeaa ja varmaa pakettikuljetusta. Olemme Pohjoismaiden suurin B to C- ja yksi suurimmista B to B -paketinkuljetuksessa. Emoyhtiömme PostNord AB:n kautta kulkee noin 500 000 lähetystä joka päivä.

Varastointi- ja lisäarvopalvelut. Tarjoamme tavarantoimituksen vastaanoton, säilyttämisen ja lähettämisen lisäksi kattavat tuotekohtaiset lisäarvopalvelut.

Kuljettamisen
ja varastoinnin
pohjoinen
ulottuvuus

TUNNEMME POHJOISEN RATKAISUT.