



"PostNord Logistics vakuutti meidät asiakaslähtöisellä toiminnalla."

Pär-Olof Ekström, Kärcher Suomi

UUSI TAVARAMERKKI Nyt julkistetaan PostNord Logistics **KURKISTUS KUORMAAN** Pientalonrakentajista jo puolet valitsee lämpöpumpun **UUSI PALVELU** Kuljetusten noutotilaukset nyt myös verkossa

Tempo

Logistiikan yrityslehti #3 2013

postnord
LOGISTICS

Taidokasta tuontia

Konttikuljetukset Aasiasta lisääntyvät. Matkalla kohti pohjoisia satamia moni asia voi mennä pieleen.



Tempo #3 2013

JARI RINNEKOSKI TOIMITUSJOHTAJA, POSTNORD LOGISTICS OY

Hyvästä tulee vielä parempi

→ Pohjoismainen PostNord-konserni yhdistää logistiikkaliiketoimintansa kaikkialla yhden nimen alle. Saat jatkossa logistiikan kokonaisratkaisumme sekä täällä Suomessa että kaikkialla Pohjoismaissa PostNord Logistics:ilta, johon yhdistetään 17 osaavan yhtiön voimat.

Suomessa tunnet meidät ennestään Posten Logistik SCM Oy:nä ja DPD Finland Oy:nä. Marraskuun alussa nämä yhtiöt yhdistyivät ja olemme nyt PostNord Logistics Oy. Saat meiltä edelleen kaikki tutut palvelumme: paketti- ja lavakuljetukset, aikataulutetut jakelut, kappalevarastot sekä varastoinnin ja varastoinnin lisäpalvelut.

Meille uusi PostNord-sininen brändi on kuitenkin enemmän kuin nimi tai väri. Se toimii merkinä siitä, että haluamme olla sinun kumppanisi logistiikassa ja ensisijainen valinta kaikille yrityksille, jotka toimivat Pohjoismaissa ja jotka asettavat kovat vaatimukset

logistiikkaratkaisuilleen. Toimiipa yrityksesi kotimaan tai kansainvälisillä markkinoilla, tulet hyötymään kehitystyöstämme.

Lupauksen lunastamiseksi on paljon tehtävää jäljellä, mutta olemme jo hyvässä vauhdissa: PostNord Logistics on viime vuosina kehittänyt palvelujaan pohjoismaisella tasolla ja täydentänyt niitä ostamalla useita osaavia yrityksiä eri maissa. Jatkamme edelleen entistä yhtenäisempien pohjoismaisten palvelujen kehittämistä asiakkaidemme tarpeiden mukaisesti.

Suomessa tämä tarkoittaa mm. sitä, että investoimme parhaillaan varastoinnin ja kuljetustuotannon teknologisiin ratkaisuihin, ja tulet saamaan palvelumme entistä yhtenäisempinä, selkeämpinä ja laadukkaampina. Haluamme myös kutsua Sinut, asiakkaamme, vuoropuheluun - jotta tiedämme paremmin mitä sinä ja yrityksesi edellyttävät logistiikkakumppanilta.



SISÄLTÖ NUMERO 3 2013



Päämääränä Pohjola

SIVU 12 Ruotsalainen Smartshake vie meidät matkalle tuotantomaaan Kiinaan ja sieltä lopulliseen määränpäähen Ruotsiin ja Yhdysvaltoihin.



SIVU 6
Uuteen varastoon
Kärcher etsi asiakaslähtöistä kumppania ja muutti varastonsa PostNord Logisticsille.



SIVU 16
Kurkistus kuormaan
IVT:n lämpöpumppuja kuljetetaan kiihtyvällä tahdilla Suomen joka kolkkaan.



SIVU 22
Kartonkia liukuihin
Miksi pitäisi täyttää pakkausvarastoa, kun paketteja voi tehdä myös omalla koneella?

LISÄKSI Pacsoft uudistuu: Nyt voit tehdä kuljetusten noutotilauksia verkossa / Tax free - verkkokauppa vauhdittuu Venäjällä / PostNord osti yhtiön Itellalta

PostNord Logistics Oy, Osumakuja 1-3, 01530 Vantaa, puh. 010 5728080, sähköposti tempo.fi@postnord.com
Vastaava päätoimittaja: Kimmo Hyttinen **Toimitus/Suomi:** Meri Mäkkylä **Toimitus ja projektinjohto:** Spoon Publishing, Johan Bratt **Taitto ja repro:** Spoon Publishing **Paino:** Lenanders. Mainitsethan lähteen lainatessasi

postnord
LOGISTICS



ASIAKAS ZALANDO

”Olemme löytäneet parhaan ratkaisun”

Viime vuonna toimintaansa Pohjoismaihin laajentaneen saksalaisen verkkokauppajätin Zalandon ominaispiirteitä ovat nopeus ja paikallinen mukauttaminen.

– PostNordin avulla olemme löytäneet parhaan ratkaisun asiakkaillemme Pohjoismaiden markkinoilla, kertoo Michael Lindskog Zalando.

MICHAEL LINDSKOG vastaa Zalandon laajentumisesta Pohjoismaihin.

– Toimintamme turvaa hyvin toimiva ja luotettava kumppani, joka auttaa meitä täyttämään asiakkaidemme odotukset, hän toteaa.

Zalandon toiminta alkoi naistenkenkien myymisestä berliniläisestä asunnosta Saksan markkinoille, ja yritys on viidessä vuodessa kasvanut eurooppalaiseksi verkkokauppa-jätiksi. Zalando laajensi markkinoitaan viime vuonna puolessa vuodessa seitsemälle uudelle alueelle Euroopassa, muun muassa Pohjolaan, joka on verkkokaupparyitykselle tärkeä markkina-alue.

POHJOLASSA LOGISTIIKKAPALVELUT hoitaa PostNord Logistics, jonka 4 500 noutopisteen ansiosta Zalando voi täyttää laadun ja joustavuuden vaatimuksensa.

– Logistiikka on Zalandon kannalta keskeinen toiminto, koska se vaikuttaa huomattavasti asiakkaidemme tyytyväisyyteen. PostNord on erittäin luotettava ja joustava yhteistyökumppani. Koska merkkien ja tuotteiden valikoimamme vaihtuu jatkuvasti, tuntuu turvalliselta, että



Michael Lindskog, Zalando.

Zalando

Toiminta: Kenkien ja muodin jälleenmyyntiä verkossa.

Perustettu: 2008 Saksassa, Robert Gentz, David Schneider.

Markkinat: Saksa, Itä-valta, Alankomaat, Ranska, Italia, Iso-Britannia, Sveitsi, Ruotsi, Belgia, Espanja, Tanska, Suomi, Puola ja Norja.

Liikevaihto: 1,15 miljardia euroa vuonna 2012.
Työntekijöitä: Noin 1 000.

rinnallamme on toimiva ja luotettava kumppani, joka auttaa meitä täyttämään asiakkaidemme odotukset, sanoo Michael Lindskog.

PostNord Logisticsin palveluja käyttäessään Zalando on Pohjoismaiden markkinat kattava logistiikkakumppani, joka vastaa koko ketjusta Saksan varastolta loppuasiakkaalle koko Pohjolassa – ja palautuksista toiseen suuntaan. Täydellinen pohjoismainen ratkaisu, jossa PostNord huolehtii yhdellä sopimuksella kaikesta, niin pienistä kevyistä lähetyksistä kuin lavakuljetuksista.

– ASIAKKAIDEMME TÄYTY voida luottaa logistiikkakumppaniimme. Siksi käytämme kansainvälisillä markkinoilla paikallisia logistiikkakumppaneita. Lisäksi logistiikkakumppaneidemme täytyy pystyä tukemaan meitä toimittamalla pakettimme luotettavasti asiakkaille. Pohjoismaiden markkinoilla verkkokauppa kehittyi hyvin voimakkaasti. Maksutomat toimitukset ja palautukset ovat tärkeä osa Zalandon yritysfilosofiaa. Siksi hyvin toimiva yhteistyö oikean kuljetuskumppanin kanssa on olennainen ja välttämätön osa Zalandon arvolutausta. PostNord on Pohjoismaiden markkinoiden asiakkaidemme kannalta paras ratkaisu, toteaa Michael Lindskog.

PostNord Logistics tekee Zalandon kanssa myös tiivistä yhteistyötä uusien logistiikkaratkaisujen kehittämisessä. – Zalandon ja PostNordin yhteistyö on erittäin toimivaa, ja toivoimme, että voimme panostaa tähän yhteistyöhön pitkällä tähtäimellä. Pyrimme yhdessä jatkuvasti parantamaan ja optimoimaan prosessejamme, jotta voimme tarjota pohjoismaisille asiakkaillemme parasta mahdollista palvelua. ■

Logistiikkamaailma

→ UUTISIA • TRENDJÄ • INNOITUSTA



Nyt julkistetaan uusi tavaramerkki

PostNord-konserni on viime vuosina kasvattanut logistiikkaliiketoimintaansa voimakkaasti yritysostoin. Nyt Pohjoismaiden ja Saksan logistiikkatoiminnot kootaan yhden, Baltian ja saman nimen alle: PostNord Logistics.

YHTEENSÄ 15 YRITYSTÄ Mukaan kuuluu myös Ruotsissa toimiva varastointi- ja varastoinnin lisäarvopalvelujen erikoisiantuntija Green Cargo Logistics, jonka konserni osti vuonna 2012.

Entistä useampi yritys odottaa logistiikkapalveluiden toimittajaltaan kokonaisratkaisuja, räätälöityjä ja samalla edullista hintaa. Jotta logistiikkapalveluiden tarjoaja voi vastata näihin vaatimuksiin, sillä on oltava suuret volyymit ja alueellista vahvuutta.

– Meistä tulee Pohjoismaiden johtava logistiikkakumppani. Matkastamme tulee rankka, mutta meillä on hyvät mahdollisuudet onnistua. Yhteisen tavaramerkin myötä konsernin vahvuudet ja kokonaistarjonta käy selvemmin ilmi, kertoo PostNord Logisticsin johtaja Henrik Höjsgaard.

Lingköpingin teknisen korkeakoulun logistiikan professori Mats Abrahamsson on samaa mieltä.

– Yhteinen tavaramerkki selkiyttää PostNordin asemaa kansainvälisillä logistiikkamarkkinoilla. Sen on nyt helpompaa kertoa asiakkailleen palvelutarjonnastaan. Monilla konsernin asiakkaila on toimintaa useissa Pohjoismaissa ja niiden on koet-



Toimitusjohtaja Carina Bergudden, Klingel Scandinavia

”Meiltä säästyy paljon vaivaa, kun meillä on samalla alueella toimiva liikekumppani”

tava valitsemansa logistiikkaratkaisu omakseen riippumatta siitä, mistä maasta ja mihin maahan toimitus tapahtuu.

POSTNORDIN TAVOITTEENA on lisätä markkinaosuutta huomattavasti ja saada entistä useampi Euroopassa ja koko maailmassa toimiva yritys valitsemaan PostNord Logistics huolehtimaan Pohjoismaista, Pohjoismaihin ja Pohjoismaiden välillä siirtyvästä kuljetuksista.

Klingel, yksi Euroopan suurimmista postimyyntiyrityksistä on jo tehnyt niin. Sillä on verkkokauppa Ruotsissa, Norjassa ja Suomessa.

– Yksi tärkeimmistä syistä, joiden vuoksi valitsimme PostNord Logisticsin, on se, että sillä on toimintaa ja noutopisteverkosto kaikissa Pohjoismaissa. Meiltä säästyy paljon vaivaa, kun meillä on samalla alueella toimiva liikekumppani, joka käyttää samoja tietokonejärjestelmiä, etikettejä ja pakkaustapoja. Mitä suurempia määriä tavaraa lähetämme saman toimittajan kautta, sitä paremmin voimme tinkiä hinnasta. Tällainen kehitys on meille erittäin tervetullutta, Klingelin toimitusjohtaja Carina Bergudden toteaa.

HANNA LARSSON

”Kun lava- ja pakettiterminaalit sijaitsevat samassa paikassa, on helpompaa yhdistää lavat ja paketit lähetykseen”

Åsa Sigurdh, PostNord Logisticsin Tukholman alueen tuotantojohtaja 2. syyskuuta avatusta Tukholman Veddesta-terminaalista.

NELIÖ- METRI

MAAILMAN KALLEIN
Iossa-Britanniassa sijaitseva Heathrow'n lentokenttä on maailman kallein paikka, kun on kyse varastotilan vuokraamisesta. Kaupallisen kiinteistövälittäjä DTZ:n raportin mukaan neliömetrin hinta vuodessa on 313 Yhdysvaltain dollaria.

40%

PostNord-konsernin tavoitteena on vähentää hiilidioksidipäästöjä 40 %:lla vuosina 2009–2020.

Terminaalien rakennustyöt edistyvät.



Uusi terminaali Norjaan

→ Norjan PostNord Logistics panostaa täysillä ja rakentaa uuden, noin 12 500 m²:n tavaraterminaalin, joka valmistuu kesäkuussa 2014. Siitä tulee yksi Norjan suurimmista terminaleista.

– Uusi terminaali mahdollistaa tehokkaamman toiminnan, sen ympäristövaikutukset ovat myönteisiä ja se tarjoaa paremmat liikennelähtökäiset asiakkailemme, Norjan yhtiön talousjohtaja Runar Steen kertoo.

Uudelle terminaalille on hyödynsi alueen hyvä infrastruktuuri, johon kuuluvat muun muassa lyhyet välimatkat E6- ja E18-teille ja Oslonvuonon tunneliin sekä lähellä sijaitseva Alfasetin rautatieterminaali.



Uudella toimitusjohtajalla on vankka kokemus logistiikka-alasta

→ Häkan Ericsson on valittu PostNordin uudeksi toimitus- ja konsernijohtajaksi. Ericsson siirtyy tehtävään Carlson Wagonlit Travelsin (CWT) Pohjois-Amerikan ja Latinalaisen Amerikan toimintojen johdosta.

Häkan Ericsson on syntynyt vuonna 1962. Hän on valmistunut ekonomiksi Tukholman yliopistosta. Hän on toiminut useissa johtavissa tehtävissä kansainvälisissä palvelu- ja logistiikkakonserneissa, kuten DHL:n Euroopan rahtitoimintojen toimitusjohtajana sekä johtotehtävissä mm. Danzaksessa, ASG:ssä ja Fraktarna:ssa (nykyisin osa DSV-konsernia).



ANDERS INGELMO POSTNORD LOGISTICS

”Asiakkaat haluavat kokonaisvastuuta kantavan logistiikkayrityksen”

Uusi tavaramerkki nopeuttaa palveluiden kehittämistä. Nyt PostNord Logistics kehittää uusia ja olemassa olevia palveluitaan määrätietoisesti.

→ **SUURI JA TÄRKEÄ**
uutuus Ruotsin markkinoilla on panostaminen kappale-tavaraan, joka on jo PostNord Logisticsin Suomen, Norjan ja Tanskan markkinoilla.

– Kehitämme Ruotsiin kilpailukykyistä kappale-tavararatkaisua, PostNord



Logisticsin Pohjoismaiden palvelujohtaja Anders Ingelmo sanoo. Hyödynnämme olemassa olevia paketti- ja lavaterminaalejamme saadaksemme kappale-tavarajakelusta sujuvaa.

Samalla kehitellään sellaista kappale-tavararatkaisua, jota asiakkaat voisivat käyttää tavarantoimittamiseen koko Pohjolan alueella.

– Asiakkaat haluavat toimittajaksi sellaisen logistiikkayrityksen, joka ottaa vastuun kokonaisudesta, ja monet asiakkaat pitävät Pohjoismaita yhtenä markkina-alueena. Sen alueen me tunnemme kaikin parhaiten.

Entistä suurempi osa palveluista on jatkossa suunnattu kaikkiin pohjoismaihin, mutta Anders Ingelmon mielestä yksi PostNord Logisticsin vahvuuksista on maakoh-tainen toiminta.

– En usko palveluiden yhdenmukaistamiseen koko Pohjolassa. Paikalliset lähtökohdat ovat erilaisia. Kaikilla markkina-alueilla on omat erikoispiirteensä.

JOHAN BRATT



Puhdistustuotteet siististi varastoon

Kärcher ulkoisti varaston ja kuljetukset PostNord Logisticsille, kun omat tilat kävivät ahtaaksi.

TEKSTI SANNA MUSTO KUVA JUHA RAHKONEN

KÄRCHERIN TOIMITUSJOHTAJA Per-Olof Ekström astelee pitkin PostNord Logisticsin varastokäytävää ja silmäilee, kun trukki nostaa Kärcherin tuotteita korkealle hyllyyn.

- Siistiä täällä on ja henkilöstö toimii todella tarkkojen ohjeiden mukaisesti. On helpottavaa nähdä, että tuotteitamme käsitellään niiden arvon vaatimalla tavalla, Ekström toteaa silmin nähten tyytyväisenä.

Varastotoimien ulkoistus on Kärcherillä osa isompaa muutosketjua, joka johtaa toukokuussa 2014 Kärcherin muuttoon uusiin toimitiloihin Ilvesvuoren logistiikka-alueelle Nurmijärvelle. Muuton yhteydessä Kärcher luopuu omasta varastosta, mutta yhdistää samalla Klaukkalassa ja Konalan huoltotoiminnot Ilvesvuoreen, jonne jatkossa varastoidaan varaosat ja asiakkaille räätälöivät isommat laitteet.

KÄRCHERILLE YHTEISTYÖ PostNord Logisticsin kanssa on ollut kaikin puolin positiivinen asia.

- Varastomme on varmasti entiseen tapaan tehokas ja lisäksi saamme uusimmat tekniikat, muun muassa puhekeräilyn, käyttöömme. Ulkoistamisesta ei aiheudu meille henkilöstövähennyksiä ja voimme tarjota ammattitaitoiselle henkilöstöllemme mielenkiintoisia töitä Ilvesvuoreen huoltotoimintojen vaatimissa logistiikkatehtävissä, kertoo Ekström.

PostNord Logisticsin innostuneisuus ja asenne tekivät Ekströmiin kilpailutusvaiheessa vaikutuksen.

- Asiakaslähtöisen toiminnan lisäksi PostNord Logistics vakuutti meidät varastokapasiteetillaan ja siisteillä varastotiloilla. Siisteys olikin meille tärkeä asia kumppaninvalinnassa. Me emme millään voi toimittaa

Puhdasta jälkeä Suomessa jo 30 vuotta

→ Kärcher on tunnettu puhdistamiseen liittyvistä tuotteistaan mm. painepesureista. Kärcherin tuotevalikoimasta löytyy iso valikoima tuotteita koti- sekä ammatti- ja teollisuuskäyttöön.

→ Kärcher työllistää Suomessa lähes 50 henkeä ja yrityksen liikevaihto on noin 20 miljoonaa euroa. Toimipisteet sijaitsevat Klaukkalassa, Lappeenrannassa ja Konalassa. Lisäksi Kärcherillä on koko maan kattava huoltoverkosto.



puhdistustuotteita asiakkaalle kuorrutettuna sentin pölykerrokseen.

Vaikka muutto uusiin toimitiloihin on vasta toukokuussa, varaston siirto haluttiin toteuttaa hyvissä ajoin ennen vuoden vaihdetta. Kevät on Kärcherillä kiireisintä aikaa vuodesta, varaston ja kuljetusten pitää toimia silloin kuin rasvattuna.

- Varaston muutto keväällä olisi ollut käytännössä katastrofi. Meillä hiljenee vasta, kun vesi jäätyy uudelleen, nauraa Ekström.

SUURIMMAT HUOLENAIHEET varaston siirrossa liittyivät tietotekniikkaan, mutta käytännössä isoja ongelmia ei ole ilmennyt. Kärcherin ja PostNord Logisticsin järjestelmät on jo integroitu sujuvasti yhteen.

- Käytännössä homma toimii, kuten omassakin varastossa. Näemme koko ajan reaaliajassa, mitä meillä on ja mitä on menossa minnekkin. Alku on tietysti vaikeinta ennen kuin tuotteet saadaan yhteen varastoon. Olemme tosin siinäkin jo etuajassa, kun asiat on saatu todella nopeasti liikkeelle.

PostNord Logisticsissa seurataan palvelun laatua tarkasti ja toiminnasta keskustellaan Kärcherin kanssa säännöllisesti. Hiljaisen tiedon kerääminen ja kirjaaminen Kärcherin henkilöstöltä on PostNord Logisticsille tärkeää, jotta asiat osataan ottaa huomioon uudessa varastossa.

- Meille on luonnollisesti kaikkein tärkeintä, että ehjä ja oikea toimitus menee oikeaan paikkaan oikeaan aikaan. Ja näitä meille tärkeitä asioita seurataan säännöllisesti. Seurantaportteja PostNord Logisticsista ainakin tuntuu tulevan tiuhalla tahdilla, tuumaa Ekström. ■

DPD Finland on nyt osa PostNord Logisticsia

”Uusi pohjoismainen nimi on lupaus asiakkaillemme: lähdemme rakentamaan entistä määrätietoisemmin pohjoismaista logistiikkakumppania, joka kuuntelee asiakkaidensa tarpeita entistä herkemmin niin paikallisilla markkinoilla kuin Pohjoismaiden rajojen yli”, sanoo PostNord Logistics Oy:n toimitusjohtaja Jari Rinnekoski. Suomessa muutosta tuetaan mm. IT-investoinneilla ja panostamalla liiketoiminnan kehittämiseen.



RUOTSIN JA TANSKAN postien omistama PostNord-konserni on toiminut Suomessa viime vuodet kahdella eri yritysnimellä. Posten Logistik SCM Oy ja DPD Finland Oy yhdistyivät marraskuun alussa ja toimivat nyt nimellä PostNord Logistics. Sama muutos kattaa kaikki Pohjoismaat, Saksan ja Baltian ja kokoa yhteensä 17 eri yritystä.

- Brändimuutoksella viestimme asiakkaillemme kaikkialla pohjoismaisilla markkinoillamme, että haluamme olla heidän ensisijainen logistiikkakumppaninsa Pohjoismaissa. Tarjoamme kuljetus- ja varastointipalvelut entistä yhtenäisemmin, selkeämmin ja tehokkaammin. Uskomme myös, että yhtenäisen nimen ja yritysilmeen ansiosta tuhansien asiakkaidemme on helpompi havaita osaamisemme ja potentiaalimme, PostNord Logistics Oy:n Suomen toimitusjohtaja Jari Rinnekoski sanoo.

Puhdasta jälkeä Suomessa jo 30 vuotta

→ sopimukset siirtyvät automaattisesti uuden yhtiön nimiin
→ uudet sähköposti-osoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi@postnord.com
→ kuljetusasiakaspalvelun sähköpostiosoite on info.fi@postnord.com
→ verkkosivulta postnordlogistics.fi löytyvät samat palvelut kuin ennenkin
→ DPD-kuljetukset kuuluvat palveluihin entiseen tapaan

Kansainväliset ja kansainvälistymään haluavat yritykset tarkastelevat usein Pohjoismaita yhtenä yhtenäisenä logistiikan markkina-alueena, jossa on hyvät kasvun mahdollisuudet. PostNord Logistics tavoittaa tällä markkina-alueella 25 miljoonaa Pohjolan asukasta ja 2 miljoonaa yritystä joka päivä. Se toimittaa 5 000 pohjoismaisen jakelupisteen kautta vuosittain 100 miljoonaa pakettia sekä lisäksi kolme miljoonaa lavaa. Suomessa PostNord Logisticsin palveluvalikoimaan kuuluvat paketit ja verkkokaupan toimitukset; aikataulutetut jakelut; lavakuljetukset; kappaletavara sekä varastointi ja varastoinnin lisäarvopalvelut.

- **POSTNORD LOGISTICSILLA** on Pohjoismaiden kattavimmat logistiikkapalvelut ja tunnemme pohjoismaiset markkinat paremmin kuin kukaan muu. Erityisesti rajat ylittävälle, joustaville ja kustannustehokkaille



DPD-pakettien jakeluautoissa
nähdään jatkossa PostNord
Logisticsin ja DPD:n tunnukset.

logistiikkapalveluille on kasvavaa kysyntää, Rinnekoski jatkaa.

PostNord Logisticsin uusi sininen yritysilmene näkyy muun muassa ajoneuvoissa, työasuissa ja lähes 1100 noutopisteessä eri puolilla Suomea.

Rinnekoski painottaa, että tavaramerkkimuutos on vasta matkan lähtölaukaus:

- Olemme jo monella tapaa pohjoismainen toimija, sillä esimerkiksi kuluttajapakettiverkostomme pohjoismainen kattavuus on lyömätön kilpailijoihin verrattuna ja siten voimme tarjota esimerkiksi erittäin toimivat verkkokaupan toimitukset länsinaapureihimme. Samalla kuitenkin asiakkaamme haluavat meiltä enemmän, ja sitä kehitystyötä uusi tavaramerkkimme kuvastaa.

Pohjoismaisen logistiikkakumppanin rakentamisesta hyötyvät niin kotimaan kuin vientiasiakkaatkin. Suomen yhtiössä keskitytään mm. laadun parantamiseen. Muu-



Katso lanseerausfilmi-
me netistä osoitteessa
www.postnordlogistics.fi

tosta vauhdittaa uusi organisaatiomalli, jossa liiketoiminnan kehittämiseen on varattu merkittävästi enemmän resursseja. Business Development -yksikköä vetää aiemmin kuljetuspalveluista vastannut Otto Puttonen.

- TEEMME PARHAILLAAN suuria investointeja kuljetuspalvelujemme IT-ratkaisuihin. Tuloksena asiakkaamme tulevat saamaan meiltä aiempaa yhtenäisempää ja selkeämpää palvelua jo lähiaikoina. Tavoitteenamme on parantaa laatuamme, kertoo PostNord Logistics Oy:n Business Development Director Otto Puttonen.

Samalla yhdistetään kuljetus- ja varastointipalvelut Operations-yksikköön, jota johtaa Jari Immonen. Hän on aiemmin vastannut varastointiratkaisuihin.

- Haluamme tarkastella palvelujamme aiempaa paremmin asiakkaan näkökulmasta kokonaisratkaisuna, kuvaa Immonen. ■



Päämääränä Pohjola

Lisääntyvistä kustannuksista huolimatta viennin Aasiasta Eurooppaan odotetaan lisääntyvän. Svenska Smartshake on yksi niistä yrityksistä, joka navigoi yli kielimuurien ja ohi somalimerirosvojen matkalla Kiinassa toimivalta tehtaalta kohti Pohjolaa.

TEKSTI HANNA LARSSON VALOKUVA GETTY IMAGES

Lue lisää: —————>





Smartshake

Tuottiin markkinoille: 2009

Paikkakunta: Västerås.

Liikevaihto: 24 miljoonaa kruunua.

Työntekijöitä: 5

Suurimmat markkina-alueet:

USA ja Ruotsi.

PostNord Logisticsin tehtävä

Smartshake käyttää PostNord Logisticsin MyPack-palvelua sekä lento- ja merirahdita.



VALOKUVA: IRAKLI NEMSADZE/SMARTSHAKE

Jälleen kerran myynti ylitti odotukset. Kahdenlaiset shakerit olivat loppu varastosta. Myyjät riemuitsivat. Logistiikasta vastaava Johanna Hogfeldt löi käden otsaansa. Maailman suurimpaan kehonrakennuskilpailuun oli aikaa enää kaksi viikkoa. Fanit kaikkialta maailmasta tulisivat ja näkisivät, miten heidän idolinsa juovat proteiinijuomia värikkäistä Smartshakes-sekoitusastioista. Mutta Kiinasta lähtenyt laiva oli yhä monen viikon matkan päässä. Eikä mikään saanut mennä vikaan.

Johanna Hogfeldt vastaa logistiikasta Smartshakessa, ruotsalaisessa yrityksessä, joka valmistaa ja myy muovisia proteiini jauheella ja ravintolisillä täytetyllä kannella varustettuja sekoitusastioita - täydellisiä kuntosaliharastajan shakereita. Ne valmistetaan Kiinassa ja kuljetaan laivalla varastoihin Ruotsiin ja Yhdysvaltoihin.

Hän kertoo yhteyksien Kiinaan olevan yksi työnsä suurimmista haasteista.



Smartshaken logistiikkajohdaja Johanna Hogfeldt.

- Kiinassa suostutaan kaikkeen, vaikka siihen ei osattaisi kehittää ratkaisua. On puhuttava koko ajan englantia ja silti väärinymmärrysten vaara on koko ajan olemassa. Erityisesti, kun on kyse tavaroista ja niiden tuotannosta, voi olla vaikeaa selittää asioita ruotsiksi, hän toteaa.

SMARTSHAKEN TUOTTEET valmistetaan kahdella eri tehtaalla Kiinassa, Ningbossa ja Guangdongissa. Kun tavara on valmista, ulkopuolinen yritys tekee sille laaduntarkistuksen, minkä jälkeen se pakataan tehtaalla kontteihin, huolehditaan, että asiakirjat ovat kunnossa ja toimitetaan satamaan. Kuulostaa kenties helpolta, mutta matkan varrella voi tapahtua vaikka mitä.

- Meidän on oltava paikan päällä tehtaalla ja valvottava, että sieltä lähetetään kauppalasku ja lähetyksistä, koska muussa tapauksessa tavara ei pääse tullista läpi. Sen lisäksi meidän on saatava kopiot asiakirjoista myös itsellemme. Mutta vaikka kaikki paperit olisivatkin kun-

PÄIVÄT 1/-2.

Tavarat noudetaan tehtaalta ja kuljetetaan satamaan.

PÄIVÄT 3/-5.

Tavaran on oltava satamassa noin kolme vuorokautta, ennen kuin se lastataan laivaan. Sinä aikana käydään läpi kaikki tarvittavat asiakirjat.

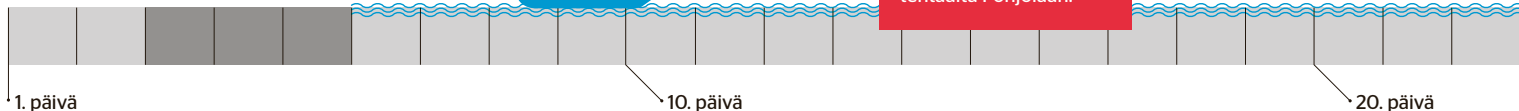
PÄIVÄT 6/-41.

Laivamatka.



45 päivää

Näin kauan kestää kuljetus kiinalaiselta tehtaalta Pohjolaan.



nossa, tavara voi jäädä tulliin, ja siinäkin tapauksessa meidän on selvítettävä asiaa.

Smartshaken toimitukset menevät yleensä jompaan-kumpaan yrityksen kahdesta varastosta eli Ruotsin Västeråsiin tai Yhdysvaltojen Salt Lake Cityyn. Laivamatka Pohjolaan kestää noin viisi viikkoa ja Yhdysvaltoihin kahdesta kolmeen viikkoa.

Prosessin toinen tärkeä vaihe on tarkistaa, pitääkö tavaroiden olla maksettu ennen niiden lähettämistä. Jos näin on, on varmistettava, että rahat ovat menneet perille. Jos maksu on suorittamatta, se on hoidettava tai kontti jää satamaa, mikä on puolestaan kallista.

– Useimmiten saamme asian hoidettua asiakkaan kanssa matkan varrella, Johanna Hagfeldt kertoo.

KIINAN NOUSEVISTA PALKOISTA KERTOVISTA RAPORTEISTA HUOLIMATTA ja vaikka Starbucksin ja Caterpillarin kaltaiset yritykset ovatkin siirtäneet tuotantonsa Kiinasta takaisin kotimaahan, yritysten siirtyminen Aasiaan on yhä hallitseva suuntaus nimenomaan tuotannosta puhuttaessa.

Bruno Berretta työskentelee analyytikkona Colliers Internationalissa.

– Monet tutkimukset osoittavat Euroopan ja Aasian välisen kaupan yhä kasvavan tulevien 10 vuoden aikana, mikä pätee niin vientiin kuin tuontiinkin, hän sanoo.

Tanskan teknisen yliopiston apulaisprofessori ja kuljetusalan asiantuntija Allan Larsen on samaa mieltä. Aasiassa kustannustaso nousee taatusti mutta on toistaiseksi edullinen. Valmistajat ovat ehtineet hankkia itselleen sellaista huippuosaamista, infrastruktuurin ja suurtuotannon etuja, että ne ovat myös tulevaisuudessa kilpailukykyisiä.

– Laivarahti on usein suurin kustannuserä ilman "viimeistä mailia" eli sitä osuutta, kun tavara puretaan laivasta ja kuljetetaan varastoon tai loppuasiakkaalle, hän sanoo.

MUTTA ULKOISTAMINEN maapallon toiselle puolelle voi myös olla huonoa liiketoimintaa, koska siitä hyötyäkseen yrityksellä on oltava toimiva hankintaketju alusta loppuun – ennusteista tuotantoon, kuljetukseen ja varastointiin. Muussa tapauksessa hätäratkaisut, kuten lentokuljetus, voi syödä säästöt. Monessa yrityksessä ei myöskään olla otettu huomioon tuotantomaaan matkustamisesta koituvia kustannuksia eikä piilokustannuksia, joita syntyy lisääntyneestä hallintotyöstä ja

Pohjoismaiden suurimmat satamat*

*TEU:na mitattuna



Lue lisää: →

PÄIVÄT 42/43.

Laivan lasti puretaan ja asiakirjat tarkistetaan.

PÄIVÄT 44/45.

Tavara toimitetaan asiakkaalle tai omaan varastoon.

30. päivä

40. päivä

45. päivä



MAAILMAN SUURIN
Shanghain satama on
maailman suurin satama
ja siellä käsitellään 32 529
000 TEU:ta vuodessa.

—> koordinoinnista valmistuspaikan kanssa.

– On ilman muuta vaikeampaa, kun tuotanto tapahtuu kaukaisessa maassa, vieraalla kielellä ja vieraassa kulttuurissa. Kokemuksemme mukaan yritykset arvioivat piilokustannuksia melko alakanttiin, Allan Larsen kertoo.

On hankalaa ja aikaavieppää pitää sekä prosessit että asiakirjat järjestyksessä. Sen vuoksi monet yritykset valitsevatkin sellaisen 4PL-toimittajan tai valvontatornin, joka hoitaa kaiken kuljetukseen liittyvän tullauksesta aina yhteydenpitoon sekä toimittajaan että loppuasiakkaaseen. On myös sellaisia 4PL-toimittajia, joilla on asiantuntemusta tietyntyyppisestä tuoteryhmästä, kuten muovista, jonka tuotteita käsitellään jotakuinkin samalla tavalla ja joita koskevat samat määräykset.

– Sillä tavalla 4PL-toimittaja voi ottaa myös pieniä asiakkaita, yhdistellä tavarat ja saada mittakaavaetuja, Allan Larsen kertoo.

EUROOPAN KAUPALLE MERIKULJETUKSET OVAT HYVIN tärkeitä sekä EU:n sisällä että koko maailmassa. Kaksi kolmasosaa Euroopan ulkopuolelle suuntautuvasta kaupasta kulkee satamien kautta.

”Yksi avaintekijä on merikuljetusten huomattava edullisuus ja ympäristöystävällisyys lentokuljetuksiin verrattuna.” Erityisesti konttikuljetukset kasvattavat



Colliers Internationalin
analyttikko Bruno Berretta.

”Yksi avaintekijä on merikuljetusten huomattava edullisuus ja ympäristöystävällisyys lentokuljetuksiin verrattuna”

suositaan tasaiseen tahtiin samalla, kun niiden hinnat tulevat alas, Bruno Berretta kuvailee.

Edullisin ei kuitenkaan aina ole parasta, ja moni asia vaikuttaa siihen, mikä kuljetusmuoto yrityksen kannattaa valita. Yksi mittari on aika, joka kuluu tilauksen tekemisestä siihen, että rahat ovat myyjän tilillä. Toinen on se, miten nopeasti tavarat on oltava markkinoilla esimerkiksi silloin, kun ollaan tuomassa markkinoille uutta tuotetta.

Silloin lentokuljetus voi olla kannattavampi vaihtoehto sellaisillekin tuotteille, jotka kestävät hyvin pitkän merikuljetuksen. Joillekin yrityksille kuljetuksen joustavuus on myös tärkeää. Junaa ei pidetä kovin joustavana vaihtoehtona, koska junat kulkevat tietyn aikataulun mukaan eikä tavaraan pääse käsiksi matkan aikana. Sama koskee laivoja, jotka ovat useita päiviä merellä eri satamien välillä.

– Joustavinta on maantiekuljetus, jossa kuljettaja voi pahimmassa tapauksessa vaikka kääntyä takaisin tulosuuntaansa, Allan Larsen sanoo.

SMARTSHAKELLE on tärkeintä saada tietää, tapahtuuko kuljetuksen aikana jotain poikkeavaa. Yrityksen huolitsija, PostNord Logistics (ent. PEX Air & Ocean), seuraa tavarat liikkeitä koko matkan ajan ja ilmoittaa, jos se uhkaa myöhästyä tai saapua perille odotettua aiemmin.

Kolme onnistuneen tuonnin ja viennin vinkkiä



Christina Rangse, Air & Oceanin myyntipäällikkö.

1 Valvo rahtia
Jos haluaa valvoa kustannuksia ja kuljetusaikoja ja olla hyvässä vuorovaikutuksessa ja suhteessa logistiikkakumppaniin, on parasta ohjata rahtia itse.

Monet valmistajat ja toimittajat myyvät tavaroitaan hinnalla, jossa on rahtaus mukana. Se saattaa vaikuttaa kätevältä vaihtoehdolta ostajan näkökulmasta, mutta silloin on vaikea valvoa kuljetuskustannuksia ja neuvotella rahtiehtoja uusiksi, vaikka niin haluaisi.

Yleensä tavarantoimittaja myös päättää, mitä huolintayritystä se käyttää. Jos toimituksessa ilmenee ongelmia, olet asiakkaana riippuvainen toimittajalta saamistasi tiedoista. Jotkin toimittajat käyttävät lisäksi joka kerta eri huolitsijaa, mikä vaikeuttaa viestintää entisestään.

2 Vältä tullausongelmia
Virheelliset asiakirjat ovat tavallisin syy siihen, että tavara jää tulliin. Sen vuoksi on selvítettävä tarkkaan, mitä asiakirjoja tarvitaan, onko niissä oltava jokin tietty teksti ja onko ne allekirjoitettava sinisellä mustekynällä. On myös otettava selvää, pitääkö tavara käyttää lähetystössä tai konsulaatissa.

Jos vie tavaraa maahan, jossa on oltava tullitili, on varmistettava että asiakkaalla on rahaa tilillä. Muuten tavara viedään määränpäässään varastoon, missä se odottaa kunnes tilanne on selvitetty. Se on kallista ja vie aikaa eikä edistä liikesuhteita.

3 Monen eri tavarantoimittajan tavarat kannattaa lähettää yhdellä kertaa

Ostatko tavaraa usealta saman alueen tavarantoimittajalta? Silloin voit ostaa huolitsijalta kontin ja antaa heidän noutaa tavarat alueen toimittajilta ja pakata ne samassa terminaaliin. Ratkaisun nimi on "Buyer's Consol" ja se toimii sekä meri- että lentokuljetuksissa. Sen etuna on edullisuus. Kontti pakataan silloin tiiviimmin ja lentorahdista tulee painavampi, mikä on hyvä, koska lentorahdin hinta laskee, kun lähetyksen paino kasvaa. Tämä ratkaisu myös lyhentää kuljetusaikaa. Sen sijaan, että kultakin toimittajalta lähtee kontti kerran kuussa, saatkin kerran viikossa kontin, joka sisältää tavaraa usealta eri tavarantoimittajalta.



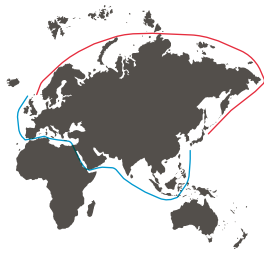
Johanna pääsee myös käyttämään tietojärjestelmää ja näkee koko ajan, missä kontti sijaitsee. Hän huokaisee kuitenkin helpotuksesta vasta, kun tavara on saavuttanut määränpäänsä.

– Kaikenlaista voi tapahtua matkan aikana: merirosvot voivat hyökätä, laiva voi kallistua ja tavara joutua yli laidan. Koskaan ei voi tietää, ja siksi onkin tärkeää, että on kunnon vakuutukset ja toimitusehdot. Tähän asti meillä on ollut onnea. Pahinta, mitä on tapahtunut, on ollut huonosta säästä johtuva myöhästyminen, hän sanoo.

Kun aletaan puhua merikuljetuksen riskeistä, myös Allan Larsenin puhe siirtyy merirosvoihin. Eniten laivoja kaapataan Somalian rannikolla, ja osa laivoista on päättänyt kiertää Afrikan eteläkärjen kautta välttyäkseen joutumasta tuolle alueelle. Merirosvot eivät kuitenkaan yleensä havittele tavaraa, vaan haluavat laivan miehistön panttivangiksi ja vaativat heistä sitten lunnaita.

– Vaikka kuljetettaisiinkin vain muovituotteita, se ei takaa sitä, että laiva jätetään rauhaan. Vaikka merirosvot ovatkin vakava uhka, pidän merikuljetusta hyvin varmana kuljetustapana muihin verrattuna. Yleensä laivat saapuvat perille juuri niin kuin niiden pitääkin, Allan Larsen toteaa.

”Kaikki, mikä kuljetusketjussa voi mennä pieleen,



- Koillisväylä
- Reitti Suezin kanavan kautta

Koillisväylä

Ilmastonmuutoksen seurauksena koillisväylästä on tullut purjehduskelpoinen. Kiinalainen toimija Cosco avasi äskettäin linjan Amsterdamiin. Matka-ajan arvioidaan lyhentyvän 12-14 päivää verrattuna Suezin kanavan kautta kulkevaan reittiin.

myös usein menee”, Larsen lisää Jos yrityksen tuotteet eivät kerta kaikkiaan saa päästä loppumaan varastosta, sen on parasta pitää turva- tai puskurivarastoa, joka vastaa suuruudeltaan normaalia toimitusmäärää. Varaston pitäminen on kuitenkin myös kallista, joten voi olla kustannustehokkaampaa lennättää tavaraa paikalle tarpeen vaatiessa. Smartshake on valinnut jälkimmäisen vaihtoehdon.

– Jos jotain tuotetta on liian vähän, kerron asiakkaalle, että osa laatikoista lähetetään lentokuljetukselle ja osa tulee myöhemmin laivalla. Se ei yleensä ole mikään ongelma, Johanna Hogfeldt sanoo.

KUN SMARTSHAKELTA loppuivat shakerit juuri kehonrakennuskilpailun alla, hän syöksyi puhelimeen ja tilasi lavallisen lentokuljetuksena Kiinasta Yhdysvaltoihin.

– Ja kaikki meni hyvin. Asiakas oli tyytyväinen, tavara saapui ajoissa perille, saimme näkyvyyttä kilpailussa ja paljon hyvää julkisuutta, hän kertoo tyytyväisenä.

Puoli vuotta sitten Johanna Hogfeldt ja Smartshake saivat avukseen Aster Wun Him Kwanin, joka muutti Kiinasta Ruotsiin viitisen vuotta sitten.

– Sen jälkeen kaikki on sujunut nopeammin ja helpommin. Sen sijaan, että joudun selittämään kaiken sata kertaa, voin pyytää häntä soittamaan sinne ja puhumaan puolestani. ■

Kurkistus kuormaan

Pientalonrakentajista jo puolet valitsee lämpöpumpun

SUOMEN lämpöpumpputoimiala on kehittynyt viime vuosina nopeasti. Kasvukäyrä sojottaa todennäköisesti tulevaisuudessakin yläviistoon, sillä myynnin on arvioitu kaksinkertaistuvan nykyisestä vuoteen 2020 mennessä.

Suurin potentiaali Suomessa on - pientalonrakentajien sijaan - jo olemassa olevissa sähkö- ja öljylämmitteisissä taloissa. Suomessa noin 820 000 taloa maksaa jatkuvasti lämmitysenergiastaan kaksi kertaa enemmän lämpöpumppulämmitykseen verrattuna. Lisäksi lämpöpumppuja asennetaan yhä enemmän öljylämmitteisiin rivi- ja kerrostaloihin sekä isoihin kauppakoh- teisiin.

Puoli miljoonaa lämpöpumppua

Suomessa on käytössä yli puoli miljoonaa lämpöpumppua. Suomalaiset sijoittivat vuonna 2012 lämpöpump- puihin 400 miljoonaa euroa.

Energiaa maalta, mereltä tai ilmasta

Lämpöpumppu on kokonaisvaltainen ratkaisu talon ja käyttöveden läm- mitykseen. Pumppu ottaa talteen energiaa maasta, kalliosta, vesistöstä tai pohjavedestä.

Energiantuottaja

Lämpöpumppu on puhdas lämmön- lähde, se tuottaa peräti neljä kertaa enemmän energiaa kuin se kuluttaa.

IVT:n lämpöpumpuille on myönnetty Joutsenmerkki

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden virallinen ympäristömerkintä, jonka avulla tarkastellaan tavaroiden ja palvelujen ympäristövaikutuksia koko elinkaaren aikana raaka-aineesta jät- teeksi. Lisätietoja: www.ymparistomerkki.fi

Kuluttajalle hyvä investointi

Kuluttajalle lämpöpumppu on yleensä kannattava sijoitus. Lämmityksen hinta lämpöpumpulla on noin 3-6 senttiä/kWh, kun sähköllä tai öljyllä lämmittäminen maksaa 12-18 senttiä/ kWh. Lisäksi lämpöpumppu nostaa talon arvoa useimmiten enemmän kuin lämpöpumppuun on sijoitettu.



Lämpöpumppuja Utsjoelta Hankoon

Bosch-konserniin kuuluvan IVT lämpöpumppujen tuotteet kuljetetaan ja varastoidaan PostNord Logisticsilla. Sarjanumeroiden sähköinen seuranta on tuonut laatua Robert Bosch/IVT:n varastointiin.

ROBERT BOSCH/IVT toimii maahantuojaan roolissa Suomessa sekä myy laitteita jälleenmyyjien ja tukkureiden kautta. Yrityksen tuotevalikoima on sekä alan laajin että ympäristöystävällisin.

- Robert Bosch/IVT on ainoa yritys Suomessa, joka tarjoaa asiakkailleen joutsenmerkittyjä lämpöpumppuja, kertoo Logistiikkapäällikkö Inna Kirves IVT:ltä.

Robert Bosch/IVT:n ja PostNord Logisticsin yhteistyö käynnistyi vuonna 2010, kun Robert Bosch/IVT suunnitteli vanhan varastonsa vaihtoa. PostNord Logistic osoittautui neuvottelujen jälkeen sopivaksi kumppaniksi sekä varastointiin Vantaalla että kuljetuksiin.

- Etsimme yhteistyökumppania, jolla on laaja kuljetusverkosto sekä riittävä kalusto meidän tarpeisiimme. Halusimme asiakaslähtöisen, joustavan sekä hyvän ongelmaratkaisukyvyyn omaavan yhteistyökumppanin.

ROBERT BOSCH/IVT:N paketteja kuljetetaan ympäri Suomea ja peräti 90 prosenttia lähetyksistä menee suoraan loppuasiakkaalle. Kuljetusvolyymit kuitenkin vaihtelevat vuoden aikana suhteellisen paljon. Vuoden pari ensimmäistä kuukautta ovat hiljaisempia, mutta sitten rävähtää.

- Nykyään jo huhtikuussa on kiireistä ja tahti vaan kiihtyy loppu vuotta kohti.

Robert Bosch/ IVT:n kuljetukset ovat tiukkiin aikatauluihin sidottuja.

- Meille on erityisen tärkeää, että kuljetukset onnistuvat aikataulujen mukaisesti. PostNord Logisticsin laaja jakeluverkosto mahdollistaa sen, että myös Pohjois-Suomessa sijaitsevat asiakkaamme saavat hyvää palvelua.

IVT:n lämpöpumput eivät ole kuljetettavina helpoimmasta päästä. Pumput ovat isoja ja yksi pumppu painaa reilusti yli 200 kiloa. Pumppuja ei saa kaataa



”PostNord Logisticsin laaja jakeluverkosto mahdollistaa sen, että myös Pohjois-Suomessa sijaitsevat asiakkaamme saavat hyvää palvelua.”

tai kääntää kuljetuksessa, vaan ne on pidettävä koko kuljetusketjun ajan pystyasennossa.

- Lämpöpumppujen kuljettaminen vaatii järeää kuljetuskalustoa ja tarkkuutta laitteen käsittelyssä, Kirves huomauttaa.

ISO HARPPAUS yhteistyössä otettiin vuonna 2012, kun sarjanumeroiden manuaalisesta seurannasta siirryttiin sähköiseen seurantaan. IVT:n jokaisen lämpöpumpun takana on sarjanumero, jonka avulla pumppua seurataan läpi kuljetuksen aina loppukäyttäjälle asti.

- Tuo muutos on ollut meille todelle merkittävä. Virheet ovat poistuneet sarjanumeroseurannasta lähes kokonaan.

Inna Kirves on ollut tyytyväinen vuodesta 2010 jatkuneeseen yhteistyöhön PostNord Logisticsin kanssa.

- PostNord Logistics on osoittanut ottavansa meidän toiveemme vakavasti huomioon. Asioita viedään eteenpäin ja kuljetuksia sekä varastointia kehitetään jatkuvasti, kiittää Kirves.

SANNA MUSTO

Lue lisää IVT:stä ja lämpöpumpuista: www.ivt.fi

Pahvitehdas

On aika unohtaa suuret pakkausvarastot. Nyt on mahdollista valmistaa juuri kulloiseenkin hetkeen sopiva määrä kooltaan ja muodoltaan tarvittavia pakkausmateriaaleja. Tempo tutustui uuden sukupolven pakkauskoneisiin.

Packsizer-kone - iQ fusion -malli

Valmistajan mukaan tämä malli sopii hyvin esimerkiksi verkko-kauppiaalle, huonekalujen, ikkunoiden ja ovien valmistajalle tai muille, jotka myyvät kooltaan vaihtelevaa tavaraa.

Korkeus: 195 senttiä **Leveys:** 172 senttiä **Pituus:** 243 senttiä
Hinta: Alkaen 50 000 €. Tarvitaan 4,3 m² lattiapinta-alaa aaltopahvi mukaan luettuna.

1 Aaltopahvin syöttö.

2 Ohjelmoidaan näytöltä.

3 Pahvilaatikat tulevat ulos koneesta halutun muotoisena ja kokoisena.

Ainutkertaaiset tavarayhdistelmät edistävät kehitystä

Kiinnostus on-demand-periaatteella toimivaa pakkauslaitetta kohtaan kasvaa koko ajan. Sellaiselle on tarvetta monella eri alalla.

→ Yksi syy on-demand-pakkausten valmistamiseen on yrityksen epävarmuus, Finnstaples-pakkausyrityksen toimitusjohtaja Jukka Korpio toteaa.

– Monissa yrityksissä ei

tiedetä tarkalleen, miten tuotanto tai myynti sujuu vuoden mittaan. Mahdollisuudesta valmistaa pakkauskuita tarpeen mukaan on silloin suurta hyötyä. Vaihtoehtona on pitää varastossa valmiina erimallisia ja erikokoisia

pakkauksia, joita ei välttämättä koskaan käytetä mutta joista on silti maksettu. Toinen tarve on pystyä pakkaamaan nopeasti ja helposti erilaisia tuotteita samaan pakkaukseen. Verkkokauppa on klassinen esi-

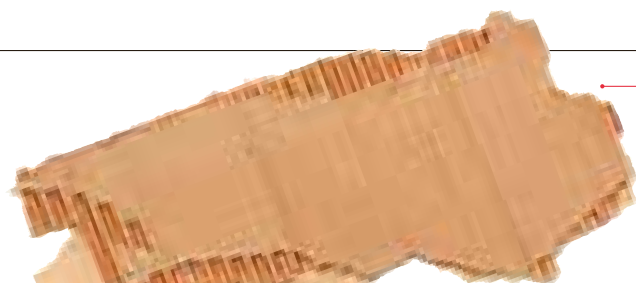
merkki siitä, että jokainen tilaus koostuu erilaisesta tavarayhdistelmästä, joka puolestaan vaikuttaa siihen, minkäkokoinen laatikko valitaan. Tarve on suuri myös valmistavassa teollisuudessa, missä asiakas tilaa usein eri määrän samaa tuotetta tai yhdistelmän useita samassa pakkauksessa lähetettäviä eri tuotteita.

Pieniä sarjoja tai uniikituotteita, kuten mittati-

laushuonekaluja ja -ikkunoita, valmistavat yritykset hyötyvät niin ikään omien pakkausten valmistamisesta.

– Työvoima on kallista, ja niinpä onkin huomattavasti edullisempaa antaa koneen valmistaa oikeankokoinen pahvilaatikko kuin pakata tuotteet käsin. Lisäksi lopputulos näyttää ammattimaisemmalta, Jukka Korpio sanoo.





MATERIAALI

Aaltopahvia valmistetaan yksinomaan uusiutuvista raaka-aineista. Pahvi valmistetaan joko havu- tai lehtipuusta sekä kierrätetystä aaltopahvista. Tuotetun liiman pääasiallinen raaka-aine on maissitärkkelys, joka on täysin vesiliukoista, myrkytöntä ja kierrätettävää.

Kysytään neljältä



Søren Rahbek Østergaard
Tanskan pakkaus- ja kuljetusteknisen instituutin (Emballage og Transport Teknologisk Institut) osastonjohtaja



Sandra Eriksson
The Packaging Arenan toimitusjohtaja



Jukka Korpio
Finnstaplesin toimitusjohtaja



Kari Bunes
Norjan pakkausyhdistyksen (Den norske emballasjeforening) toiminnanjohtaja

→ Tarvitsemmeko tällaisia pakkausratkaisuja?

- Ilman muuta! Kuluneiden 20-30 vuoden aikana yritykset ovat pyrkineet entistä karsitumpaan tilausten tuotantoon. **Samalla tuotteiden elinikä on myös lyhentynyt, ja siksi joustavia ratkaisua tarvitaan entistä enemmän.**

- Kyllä ja ennen kaikkea ympäristön vuoksi. Tarpeetoman suuret pakkaukset lisäävät ympäristön kuormitusta. Joskus syynä ovat pakkausmateriaalit, joskus kuljetuspakkauksiin jää paljon tyhjää tilaa.

- Kyllä. On hyvä pitää silmät auki. Kuinka moni nykyisistä tuotteista on myynnissä kahden kuluttua ja pakataan samalla tavalla kuin nyt? Ei kovinkaan moni. **Se on aivan luonnollista kehitystä.**

- Olen täysin vakuuttunut, että niille löytyy markkinoita. Monethan, erityisesti teollisuusyritykset, yrittävät automatisoida toimintaansa mahdollisimman paljon.

→ Millaiset yritykset hyötyisivät pakkauskoneesta?

- Esimerkiksi sellaiset, joiden on pakattava vaihtelevia määriä ja erilaisia tuoteyhdistelmiä erilaisille asiakkaille. Esimerkiksi elintarvikealalla se on tavallista.

- Muun muassa verkkokauppiat ja muut, joiden **on hankalaa käyttää vakio-pakkauksia.**

- Ne, jotka eivät pysty ennakoimaan tulevan puolivuotiskauden tuotantoa, ja ne, joilla on lyhyet tuotantosarjat.

- Voisin kuvitella, että verkkokauppiat, **pieniä tuotesarjoja tuottavat yritykset** ja yritykset, joiden tuotteita on vaikea pakata vakio-kokoihin pakkauksiin.

→ Miten näet tulevaisuuden?

- **Luulenpa, että siirrymme kohti ulkoista joustavuutta** mitä tulee pakkauksiin, eikä pelkästään aaltopahvipakkauksiin. Työskentelen itse EU-hankkeessa nimeltä PicknPack, jossa kehitetään joustavia ratkaisuja elintarvikkeiden pakkaamiseen.

- Kun on kyse verkkokaupasta, uskon, että asiakkaiden on ohjattava kehitystä. Jotkin yritykset korostavat pakkaavansa tavarat ympäristöystävällisesti, ja sitten ne kuitenkin lähettävät paketissa ilmaa asiakkaalle.

- Uudet koneet muuttavat yrityksen tapaa tarkastella pakkausprosessia, **ja silloin aletaan kokeilla uudenlaisia pakkauksia**, jotka ovat huomattavasti materiaali- hokkaampia.

- Vaikea sanoa. Tällä Norjassa verkkokauppa kasvaa koko ajan nopeasti ja asettaa samalla rääteltyä pakkauskoneille suuremmat vaatimukset. Näin pääsemme kenties näkemään enemmän tällaisia ratkaisuja.

On-demand-pakkausten etuja

Oikeankokoiseen pahvilaatikkoon kuluu vähemmän aaltopahvia ja pakkausmateriaalia. Sen lisäksi sisältö tukee pahvilaatikkoon, mikä tarkoittaa sitä, että sen valmistamiseen voidaan käyttää ohuempaa aaltopahvia.

→ Pahvilaatikko, jossa on ennen kaikkea kuplamuovia tai pakkauslastuja, käyttäytyy kuljetuksessa aivan kuin se

oli tyhjä ja menee helposti lyttyyn. Täydellisesti sovitettu pahvilaatikko säilyttää sen sijaan muotonsa. Silloin myös vahinkojen riski kuljetuksen aikana vähenee.

Täyttöaste paranee, kun pakkauksessa on vähemmän ilmaa.

Täsmälleen oikeankokoisen pakkauksen valmistaminen nopeuttaa pakkausprosessia. Erityisesti tavarankerääjältä säästyy

aikaa, kun ei tarvitse miettiä, minkäkokoinen laatikko sopisi ja miten sen täyttäisi parhaiten. Suuri osa pakkauksen oston ja täyttöön liittyvästä hallinnosta jää kokonaan pois.

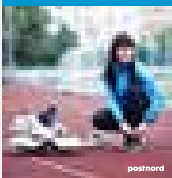
Kone vie noin 4-30 neliometriä lattiapinta-alaa sen mukaan, kuinka suuresta koneesta on kyse. Useimmiten valmiiden laatikoiden varastointiin menee joka tapauksessa enemmän tilaa.



Nordic update

→ POHJOISMAIDEN MARKKINAT LUKUINA

Verkkokauppa
Pohjoismaissa 2013



Lähde: Verkkokauppa
Pohjoismaissa 2013

5 555 000
kuluttajat

2 680 000

2 981 000

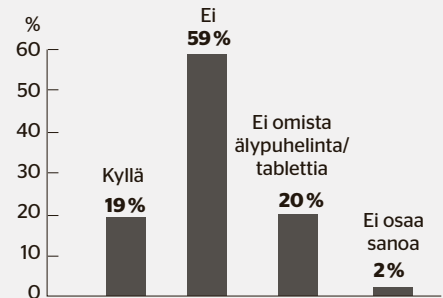
3 273 000

14,4 miljoonaa kuluttajaa teki verkko-ostoksia vuonna 2012

→ Tavaroiden hankkiminen verkkokaupasta on luonnollinen osa pohjoismaisten kuluttajien arkipäivää. Pohjolan asukkaista 14,4 miljoonaa osti tavaraa Internetistä vuonna 2012, ja heistä 37 prosenttia oli ruotsalaisia, 23 prosenttia tanskalaisia, 21 prosenttia norjalaisia ja 19 prosenttia suomalaisia. Verkkokaupasta tehdään myös entistä useammin ja suuremmilla summilla. Pohjoismaissa verkko-ostosten tekijöistä 29 prosenttia ostaa verkosta tavaraa joka kuukausi, mikä vastaa 4,2:ta miljoonaa 18-79-vuotiasta kuluttajaa. Tanskalaiset ja norjalaiset tekevät useimmin verkko-ostoksia ja heidän jälkeensä tulevat ruotsalaiset. Suomalaiset pitävät perää.

Tabletit ja kännykät entistä tärkeämpiä verkkokaupalle

Oletko käyttänyt kuluneiden 12 kuukauden aikana älypuhelimta tai tablettia tehdäkseen verkko-ostoksia?



→ Lähes joka viides pohjoismainen verkko-ostoksia tehnyt osti vuoden 2012 aikana mobiililaitteella eli tabletin tai kännykän avulla. Norjalaisista verkkokauppa-asiakkaista mobiililaitetta käytti 25 prosenttia viime vuonna ostoksia tehneistä. Suomessa se ei vielä ole yhtä tavallista. Siellä 10 prosenttia verkkokaupasta tavaroita hankkineista käytti kännykkää tai tablettia ostosten tekemiseen vuonna 2012.

Hakukoneet ja vertailusivustot ovat tärkeä osa verkko-ostosprosessia

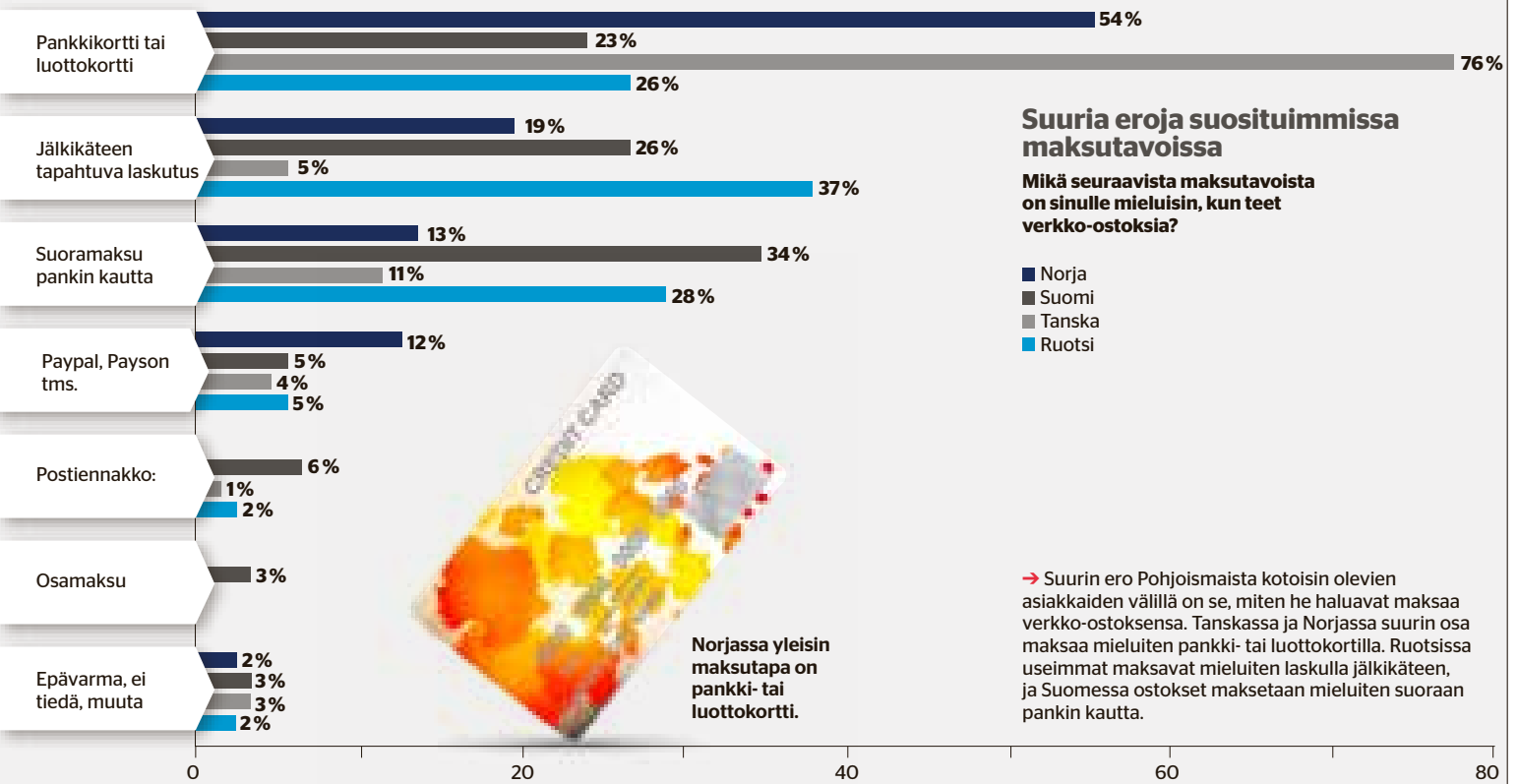
Kun ostaa jotain verkosta, kuinka usein käy niin, että ensin...



→ Pohjoismaissa hakukoneiden käyttö ja vertailusivustoilla vieraileminen on tavallista, ennen kuin ostopäätös tehdään. Kaksi kolmesta käyttää usein hakukoneita ja yhtä moni vertaa hintoja ennen kuin ostaa tavarat. Lähes 70 % norjalaisista ja tanskalaisista verkkokauppa-asiakkaista vertaa hintoja vertailusivustolla ennen ostosten tekemistä. Suomessa se ei ole yhtä yleistä vaan vain joka toinen tekee niin.

77%

Näin moni logistiikka-alalla työskentelevä johtaja uskoo, että asiakkaan odotetaan vaativan toimitusta samana päivänä. Tutkimuksen toteutti Vanson Bourne, joka teki kyselyn 375 saksalaiselle, englantilaiselle, ranskalaiselle, yhdysvaltalaiselle ja uusiseelantilaiselle kuljetus- ja logistiikka-alan johtajalle.



Suuria eroja suosituimmissa maksutavoissa

Mikä seuraavista maksutavoista on sinulle mieluisin, kun teet verkko-ostoksia?

■ Norja
■ Suomi
■ Tanska
■ Ruotsi

→ Suurin ero Pohjoismaista kotoisin olevien asiakkaiden välillä on se, miten he haluavat maksaa verkko-ostoksensa. Tanskassa ja Norjassa suurin osa maksaa mieluiten pankki- tai luottokortilla. Ruotsissa useimmat maksavat mieluiten laskulla jälkikäteen, ja Suomessa ostokset maksetaan mieluiten suoraan pankin kautta.

LUVUISTA

Pohjola on mielenkiintoinen alue verkkokauppakartalla

Koska pohjoismaalaiset tekevät paljon ostoksia ja ovat tottuneita käyttämään Internetiä, he ovat ahkeria verkkokauppa-asiakkaita. Jotta verkkokauppa voisi menestyä, on kyettävä ajattelemaan paikallisten tavoin, sanovat PostNordin verkkokauppa-asiantuntijat.

→ Vuonna 2012 moni pohjoismaalainen alkoi tehdä verkko-ostoksia toden teolla. Yhteensä yli 14 miljoonaa pohjoismaalaista osti jotain verkkokaupasta viime vuonna.

– Viime vuosien vahva kasvu osoittaa, että pohjoismaiset verkkokauppamarkkinat ovat tärkeitä kuluttajille ja yrittäjille, Ruotsin PostNordin verkkokauppa-asiantuntija Arne Andersson sanoo.

Pohjoismaisten kuluttajien käyttäytymisen välillä on selviä eroja sen mukaan, missä maassa he asuvat. Pohjoismaihin pyrkivän

yrittäjän on oltava tietoinen siitä, että kyse on neljästä eri markkina-alueesta, joista kuluttajien on toimittava hieman eri tavoin.

– Kieli- ja valuuttaerojen lisäksi on kyse erilaisista toimintatavoista. Yksi suurimmista eroista on siinä, millä tavalla kussakin maassa halutaan maksaa ostokset, Tanskan PostNordin logistiikkajohtaja Carsten Dalbo kertoo.

Ruotsalaiset maksavat mielellään jälkikäteen laskua vastaan, kun taas tanskalaiset ja norjalaiset maksavat mielellään pankki- tai luot-

tokortilla. Suomalaiset sen sijaan maksavat mieluiten suoraan pankin kautta.

Suomessa verkkokauppa-asiakkaiden määrä on yhä hieman vähäisempi kuin muualla Pohjoismaissa, mutta he ovat valmiimpia odottamaan ostosten saapumista pisimpään. Kuitenkin juuri pitkät odotusajat ovat se haaste, josta suomalaisen verkkokauppiain on selvitävä saadakseen suomalaiset verkkokauppa-markkinat vauhtiin, Suomen Direct Linkin maajohtaja Jouni Lamberg sanoo.

– Suuri osa viime vuosina tapahtuneesta verkkokaupan kasvusta Suomessa on syntynyt siitä, kun kuluttajat ovat ostaneet tavaraa ulkomaisista verkkokaupoista. Meillä ei vielä ole



Arne Andersson, Kristin Anfinsen, Carsten Dalbo ja Jouni Lamberg.

syntynyt kotimaisten verkkokauppojen buumia. Yksi selitys on se, että asiakkaat ihmettelevät suomalaisten verkkokauppojen ulkomaisia kauppiaita huomattavasti suurempia hintoja ja sitä, miksi tavaroiden toimitusaika on Suomen sisällä niin pitkä,

Jouni Lamberg selittää.

Vuonna 2012 myös perinteiset vähittäistavarayritykset alkoivat Pohjoismaissa suhtautua verkkokauppaan vakavasti. Vaikka monissa yrityksissä oivalletaan, että on tärkeää olla tavoitettavissa myös digitaalisesti ja että siitä on hyötyä sekä markkinoinnin että myynnin kannalta, eri yritysten välillä on vielä huima ero siinä, miten ne toteuttavat sen käytännössä.

– Asiakaspalvelu on tärkeä alue, jos haluaa menestyä verkkokauppa-markkinoilla. On eläydyttävä asiakkaiden maailmaan joka suhteessa aina viestistä esitystapaan, eri alustoihin ja toimitusvaihtoehtoihin, Norjan PostNordin markkina-analyytikko Kristin Anfinsen sanoo. ■

Tax free - verkkokauppa vauhdittuu Venäjällä

Direct Link Worldwide Oy on valmistellut uuden palveluratkaisun korkeaa laatua ja luotettavuutta vaativille verkkokauppatoimituksille venäläisille kuluttajille.

POSTNORD AB:N tytäryhtiö Direct Link Worldwide Oy räätälöi kansainvälisiä B-to-C-kuljetusratkaisuja asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Kuljetettavana on pääasiassa alle 30 kiloa painavia lähetyksiä: kirjeitä, lehtiä sekä erilaisten verkkokauppojen tuotteita. Direct Link toimittaa viikottain lähetyksiä yli 55 maahan ympäri maailmaa.

- Meillä on oma tuotantopiste Vantaalla, jossa lähetykset valmistellaan kansainvälisiin kuljetuksiin. Asiakkaan niin halutessa, palveluihimme on liitettävissä viivakoodiseuranta, kertoo Direct Linkin maajohtaja Jouni Lamberg.

Direct Linkin palvelu on joustavaa ja tehokasta käytössä olevien kansainvälisten kuljetussopimusten ansiosta.

- Käytännössä se tarkoittaa sitä, että voimme käyttää parhaita mahdollisia jakelumenetelmiä ja voimme räätälöidä asiakkaillemme aina tarpeenmukaisen ratkaisun.

DIRECT LINKIN TUOREIN, huolella valmisteltu aluevaltaus on Venäjällä. Syksystä 2013 lähtien Direct Link tarjoaa korkeaa laatua ja luotettavuutta vaativille lähetyksille VAT & TAX FREE -pakettipalvelua Venäjälle. Erikoisen palvelusta tekee Venäjän arvolisävero ja tax free -lainsäädäntö, joka sallii venäläisen kuluttajan tehdä vero- ja tullivapaita ostoksia 1000 eurolla kuukaudessa ulkomaisesta verkkokaupasta.

- Kumppanimme avulla voimme toimittaa myös arvokkaammat ja painavammat lähetykset kuluttajille sekä palvella asiakkaitamme B-to-B-tarpeissa, mutta näissä tapauksissa tullimääräykset ovat toisenlaiset.

VAT & TAX FREE B-to-C -pakettipalvelu toteutetaan yhteistyössä Venäjällä toimivan jakelukumppanin kanssa ja jakeluprosessissa on tarkoin huomioitu menettelytavat tulliviranomaisten kanssa.

- Olemme sopineet etukäteen toimintatavoista Venäjän tullin kanssa. On aina parempi varmistaa tulliä esimerkiksi että tuotteet, joita verkkokauppaan ollaan



Direct Linkin maajohtaja Jouni Lamberg.

laittamassa tarjolle, saavat verottoman ja tullivapaan käsittelyn.

Venäjälle kuljetettavat paketit on vakuutettu 100% arvosta 1 000 euroon asti ja paketeilla on point-to-point -lähetyksen seuranta. Paketit toimitetaan Vantaalta sijaitsevasta terminaalista 5-13 arkipäivässä asiakkaan kotiovelle. Paketin vastaanottamisesta sovitetaan aina asiakkaan kanssa etukäteen puhelimitse tai tekstiviestillä.

- Olemme varautuneet myös käteismaksumahdollisuuteen, joka on Venäjällä tärkeä asia. Palautusprosessi mahdollistaa tuotepalautukset. Asiakkaan ja vastaanottajan apuna lähetykseen liittyvissä asioissa on oma asiakaspalvelumme Venäjällä. ■



PACSOFT UUDISTUU:

Nyt voit tehdä kuljetusten noutotilauksia verkossa

Pacsoft Online -palvelussa voit tehdä ja tulostaa kuljetusasiakirjat, seurata lähetyksen kulkua ja lähettää vastaanottajalle ilmoituksen paketista. Marraskuusta 2013 lähtien Pacsoft Online -palvelussa voi tehdä myös noutotilauksia.

→ Asiakkaidemme toivomuksesta Pacsoft Online-palveluun on lisätty toiminnallisuus, jonka avulla kuljetusten noutotilaukset voi jatkossa tehdä suoraan järjestelmässä. Aiemmin

noutotilaukset on tehty PostNord Logisticsin asiakas-palvelun kautta.

Noutotilausta tehdessä on muistettava, että tilaus on tehtävä ennen noutotilauksajan sulkeutumista.

Viimeinen noutotilauksa riippuu noutopaikan postinumerosta. Tilausta tehdessä on esimerkiksi hyvä jättää kuljettajalle lisätietoja lähetyksen noutopaikasta, jotta kuljettaja varmasti löytää lähetyksen.

Noutotilauksia otetaan edelleen vastaan myös puhelimitse ja sähköpostitse asiakaspalvelussamme.

Pacsoft Online -palvelun

käyttämiseen tarvitaan vain nettiyhteys ja tunnus palveluun. Tunnuksen saat yhteyshenkilöltäsi PostNord Logisticsista. Pacsoft Online on yksi Pohjoismaiden käytetyimmistä kuljetusten hallintajärjestelmistä. ■

Kysy lisää yhteyshenkilöltäsi tai sales.fi@postnord.com

PostNord osti yhtiön Itellalta

→ Pohjoismaainen PostNord-konserni on ostanut Itellan tulostus- ja kuoritusliiketoiminnan Puolassa. Kaupan myötä PostNordin Strålfors-liiketoiminta-alue vahvistaa asemaansa Puolassa. Strålfors kehittää, tuottaa ja toimittaa järjestelmiä, palveluja ja tuotteita liiketoiminnalle tärkeiden tietojen tehokasta välittämistä varten.



Lento- ja merirahti jää pois

→ Suomen PostNord Logistics keskittyy jatkossa varastointiin ja siihen liittyviin lisäarvopalveluihin sekä paketti-, lava-, yöjako- ja kappalestavarakuljetuksiin.

Paulasaari Suomen asiakaspalvelun johtoon

→ Kuljetusasiakaspalvelun asiakaspalvelupäälliköksi on valittu Sari Paulasaari. Hän on toiminut viimeksi DHL Expressin asiakaspalvelujohtajana.

Mars-pakettien voittajat selvillä

→ Pohjoismaisen PostNord-verkostomme kunniaksi arvomme nettisivuillamme yhteensä kolme Mars-tuotepakettia (ä arvo 120 €). Onnetar on jo suosinut Helena Lindeniä Lyth Instrument Oy AB:ltä ja Jaana Sinervää Scannotec Oy:ltä. Onnea!

PostNord Logistics ja Kummit hyvällä asialla

→ Hyväntekeväisyystapahtuma Kummit Golf järjestettiin toukokuussa Vanajanlinnassa. PostNord Logistics toimi viidettä kertaa pääyhteistyökumppanina tapahtumassa, jossa kerättiin varoja Kanta-Hämeen keskussairaalan lastenosaston hyväksi.



