

**”Kuljetukset ja varastoinnin  
hoitava logistiikkakumppani  
vapautti meiltä resursseja”**

Mika Martikainen, Makia



**TEKNIikka** Pakettiautomaatit ovat saapuneet **BIISAFE** Tyylikästä turvallisuutta **MOBIILISOVELLUS** Seuraa lähetystäsi helpommin **UUSI RAPORTTI** Matka verkko-ostosten tekemiseen

# Tempo

LOGISTIIKAN YRITYSLEHTI #3 2014

**postnord**  
LOGISTICS

## Clas Ohlsonin vihreä matka

Vähittäiskauppajätti panostaa laajentamiseen ja pitää samalla kiinni kestävyysajattelusta.



# Autamme Peter Bergestålia leikkaamaan varastointi- kustannuksia.

Henkilökunta tulee Clas Ohlsonin 185 myymälään jo seitsemältä. Siitä on vielä kolme tuntia avaamiseen.

”Myyvälöissämme ei ole varastoja”, kertoo Clas Ohlsonin kuljetuspäällikkö Peter Bergestål. ”Kaikki mitä löytyy, löytyy hyllyistä. Se pitää varastointikustannukset alhaalla, mutta vaatii myös täydennystä myymälöihin joka aamu. Se voi kuulostaa hankalalta, mutta logistiikassa on pitkälti kyse riskien minimoinnista. Jos tavarat eivät ole meillä seitsemältä, emme ehdi saada niitä hyllyihin ennen avaamista. Ja mellehän se olisi tietysti huono juttu.”

Jotta kaikki sujuisi, tekee Clas Ohlson yhteistyötä PostNord Logisticsin kanssa, joka kehitti heille kokonaisratkaisun Pohjoismaihin.

”Valitsimme PostNord Logisticsin heidän tasaisen korkeana pysyvän laatunsa vuoksi ja siksi, että he auttavat meitä löytämään ekotehokkaampia ratkaisuja. Esimerkiksi Norjassa vähensimme junakuljetusten ansiosta hiilidioksidipäästöjä 30%.

Tutustu yhteistyöhömmme osoitteessa [postnordlogistics.fi/clasohlson](https://postnordlogistics.fi/clasohlson)

**postnord**  
LOGISTICS

# Tempo #3 2014

**JARI RINNEKOSKI** TOIMITUSJOHTAJA, POSTNORD OY

## Toimimme nyt entistä lähempänä

→ Noin vuosi sitten PostNord-konserni yhdisti logistiikkaliiketoimintansa yhden nimen alle. PostNord Logisticsista tuli tavaramerkki, jonka näkyvyys on lisääntynyt hurjasti vuoden aikana, koska mainoskampanjamme sekä verkossa että printissä on huomattu erittäin hyvin.

Toimiaksemme entistäkin lähempänä asiakkaitamme päätimme syyskuun 2014 alusta yksinkertaistaa yritysnimeämme, ja olemme Suomessa nyt PostNord Oy. Tarjoamme edelleen kaikki tutut palvelut: paketti- ja lavakuljetukset, aikataulutetut jakelut, kappaleta- vararahdin sekä varastoinnin ja sen lisäarvopalvelut. Tämän lisäksi yhdistämme syksyn aikana sisaryrityksemme, kansainvälisiä kirjelmätyksiä tarjoavan Direct Link Worldwide Oy:n osaksi tarjontaamme. Yhdistymisen seurauksena voimme tarjota kokonaisvaltaiset vientiratkaisut entistä kattavammin asiakkaillemme.

Jatkamme myös voimakkaasti kasvavan verkkokaupan kehittämistä. Olemme lanseeranneet yhdessä Matkahuollon kanssa uudet yhteiset pakettiautomaatit, joiden avulla voimme palvella asiakkaitamme entistä paremmin. Pakettiautomaattien pilottikokeilussa ovat mukana kaksi automaattia pääkaupunkiseudulla - yksi Helsingin Kampissa ja toinen Kauniaisten Grani-kauppakeskuksessa. Lue lisää sivulta 16.

Oletko muuten jo huomannut, että PostNordilta löytyy nyt myös oma mobiilisovellus? Sen avulla lähetysten seuraaminen käy entistä kätevämmän. Lue lisää sovelluksesta sivulta 4.

Raikasta syksyä!  
Jari Rinnekoski



## SISÄLTÖ NUMERO 3 2014



### Logistiikan sydämessä

**SIVU 8** Clas Ohlsonin keskusvarasto Insjönissä on yksi Ruotsin vaikuttavimmista logistiikka-keskuksista.



### **SIVU 6** BiiSafe

Nuori suomalaisyritys ponnistaa maailmalle matkapuhelinsovelluksilla ja niiden ohjelmilla.



### **SIVU 14**

#### Makian matkassa

Makia siirsi varastonsa Hollannista Turkuun toimiakseen lähempänä kotimarkkinoitaan.



### **SIVU 18**

#### Verkkokauppa Pohjoismaissa -raportti

Tutkimus selvitti, mitä asiakas pitää tärkeänä etsiessään sopivaa verkkokauppaa.

PostNord Oy, Osumakuja 1-3, 01530 Vantaa, puh. 010 5728080, sähköposti tempo.fi@postnord.com

**Vastaava päätoimittaja:** Kimmo Hyttinen **Toimitus/Suomi:** Kaisa Keränen **Toimitus ja projektinjohto:** Spoon Publishing, Johan Bratt **Taitto ja repro:** Spoon Publishing **Paino:** Lenanders. Mainitsethan lähteen lainatessasi

**postnord**  
LOGISTICS

# Logistiikkamaailma

→ UUTISIA • TRENDJÄ • INNOITUSTA



## Älykäs sovellus auttaa PostNordin asiakkaita

**Nyt PostNordin asiakkaat voivat käyttää matkapuhelintaan tilaamiensa lähetyksen seuraamiseen ja lähimmän noutopisteen etsimiseen.**

→ Älypuhelimista on tullut itseltään selvä osa elämäämme. PostNord on siksi ottanut käyttöön sovelluksen, joka helpottaa yritysasiakkaiden arkea.

Uudella sovelluksella - joka on tarkoitettu lähinnä pienille ja keskisuurille yrityksille - lähettäjän on helpompaa jäljittää paketti-, lava-, kappale- ja kirjepalvelut.

- Sovelluksen kehittämistyössä avainsanana on ollut helppous. Asiakkaan on muun muassa helppo lukea paketin viivakoodi ja seurata sillä tavoin lähetyksen matkaa perille. Asiakkaan ei siis tarvitse näpytellä koodia

käsin, PostNord Logisticsin tuotejohtaja Predrag Bobinac kertoo.

**SOVELLUKSELLA** pystyy lisäksi käyttämään niin sanottua augmented reality -tekniikkaa ja ottamaan vastaan tietoa asiakkaan fyysisestä ympäristöstä ja auttaa häntä siten löytämään esimerkiksi lähimmän noutopisteen.

- Asiakas saa suoraan älypuhelimensa näytölle reittikuvausten ja muuta tärkeää tietoa, kuten aukioloajat, sovelluksen tekninen vastaava Christian Uhlir kertoo.

Sovelluksen avulla asiakkaat voivat myös ottaa yhteyttä asiakaspalveluun.

**SOVELLUKSEN TOINEN TAVOITE** on leviättä PostNord Logistics-tavaramerkkiä aivan uuden kanavan kautta. Sovellusta voi käyttää kaikkialla Pohjoismaissa, ja se on otettu käyttöön Ruotsissa, Tanskassa ja Suomessa. Norjassa on käytössä vastaavankaltainen sovellus, joka on jo vakiinnuttanut asemansa aiemmin. Myös Tanskassa on käytössä samankaltainen sovellus, mutta se on suunnattu lähinnä kuluttajille eikä yrittäjille.

- Useita asiakkaita on ollut mukana testaamassa uutta PostNord Logistics-sovellusta, ja vastaanotto on ollut innostunutta, Predrag Bobinac sanoo. - "Lopultakin! Tätä me olemme odottaneet", sanoi eräsikin asiakas, Christian Uhlir kertoo.

Sovellus on saatavana sekä Applen IOS-järjestelmään että Android-alustalle.

KALLE WIKLUND



### PostNord Logistics on nyt PostNord Oy

→ PostNord Logistics on yksinkertaistanut yritysnimeään ja toimii virallisesti PostNord Oy -nimellä 1.9.2014 alkaen. Nimenvaihdoksen taustalla on halu yhtenäistää koko Pohjoismaat kattavia viestintä- ja logistiikkapalveluita ja toimia entistä lähempänä pohjoismaisia asiakkaita. Nimenvaihdos ei vaikuta palvelutarjontaan, PostNord auttaa asiakkaitaan edelleen läpi koko toimitusketjun aina varastolta toimitukseen: Pohjolasta, Pohjolaan ja Pohjolassa.

# 71

→ Näin moni kauppa-alus valitsi viime vuonna Atlantint ja Tyynenmeren väliseksi reitiksi Venäjän pohjoisrannikkoa pitkin kulkevan pohjoisen väylän. Matka kestää 2-3 viikkoa vähemmän kuin matka Suezin kanavan kautta, ja siinä säästyy noin 100 000 euroa polttoainekuluja matkaa kohden. Kehitys on ollut nopeaa. Vuonna 2010 vain neljä alusta kulki tätä väylää, 2011 luku oli jo 34 ja vuonna 2012 kokonaiset 46. Tärkein syy alusten määrän lisääntymiseen reitillä on arktisen jään oheneminen.



### DPD aloittaa Saksassa lauantaitoimitukset

→ DPD ryhtyy syksyllä tarjoamaan pakettitoimituksia myös lauantaisin osassa Saksan kaupungeista.

Alussa palvelu on tarjolla Hampurissa, Kölnissä, Nürnbergissä, Bremenissä ja Dortmundissa, mutta ensi vuoden alusta lähtien yritys aikoo

tarjota pakettien lauantaitoimituksia koko maassa.

Muutos tehdään, jotta asiakkaille voidaan tarjota enemmän valinnanmahdollisuuksia ja siten tukea yrityksen kasvutavoitteita B2C-markkinoilla. Tavoitteena on myös suurempi osa kas-

vavista ja kilpailuista verkko-kauppamarkkinoista. Saksan DPD:n tavoitteena on saada vuoteen 2018 mennessä 15 %:in markkinaosuus itselleen, mikä tarkoittaa kaksinkertaista osuutta nykyiseen verrattuna.

Lähde: Post&Parcel





## ”Toimitusvarmuus on kaiken A ja O, ja siinä PostNord on ylivoimainen”

→ Näin toteaa Webhallenin talousjohtaja Erik Estberg puhuessaan siitä, että PostNord jatkaa kokonaisvaltaisen logistiikan hoitamista sekä verkkokauppa-asiakkaille että suoraan kaikkiin Webhallenin myymälöihin sen laajentaessa toimintaansa Pohjoismaissa.

# Cyber Monday aloittaa verkkokaupan ennen joulua

**Yhdysvalloissa se on kaupan alalla vuoden kiireisin päivä. Nyt ”musta perjantai” on löytänyt tiensä myös Pohjoismaihin. Ja nyt ilmiö leviää verkkokauppaan.**

TEKSTI BJÖRN OWEN JOHANSSON VALOKUVA TT NYHETSBYRÅN

**M**arraskuun neljättä perjantaita, kiitospäivän jälkeistä päivää sanotaan mustaksi perjantaiksi (Black Friday). Yhdysvalloissa se on vuoden kiihkein shoppailupäivä, ja sitä pidetäänkin joulumyynnin epävirallisena lähtölaukauksena. Kaupat avaavat ovensa tavanomaista aikaisemmin ja kilpailevat muita suuremmilla ja paremmilla alennuksilla. Nimen arvellaan tulevan siitä, että tuona päivänä kirjapidon punaiset luvut muuttuvat yhdessä päivässä mustiksi.

Kiitospäivän jälkeinen maanantai on viime vuosina saanut nimekseen Cyber Monday, kybermaanantai, ja se vastaa verkkokaupan puolella mustaa perjantaita. Verkkokaupat houkuttelevat asiakkaitaan alennuksilla ja hyvillä tarjouksilla ostamaan joululahjoja hyvissä ajoin ja edullisesti.

**SYKSYLLÄ 2013** joukko pohjoismaisia verkkokauppiaita matki amerikkalaista tapaa käynnistämällä kampanjoita ja tarjoamalla alennuksia Cyber Mondayn kunniaksi. Ilmiön odotetaan yleistyvän tänä vuonna.

- Uskon, että tänä vuonna siihen osallistuu enemmän verkkokauppoja. Ennen kaikkea puhdasoppisia verkkokauppoja, arvelee HUI Researchin konsultti Carin Blom.

Vuoden 2013 Cyber Mondayn vaikutus oli selvästi nähtävissä. PostNord raportoi selvästi lisääntyneestä myynnistä, ja verkkokauppiat, joilla oli tuona päivänä erikoiskampanjoita, näkivät sen selvästi tuloksessaan. Yksi Cyber Monday -päivään panostanut yritys oli ruotsalainen verkkokauppa Fyndiq, joka tarjosi alennuksia ja ilmaisen rahdin kaikkiin päivän aikana tehtyihin tilauksiin.

- Se oli hyvä lähtölaukaus joulukaupalle, ja tänä vuonna teemme jotain vastaavaa, sanoo Fyndiqin perustaja Fredrik Norberg.



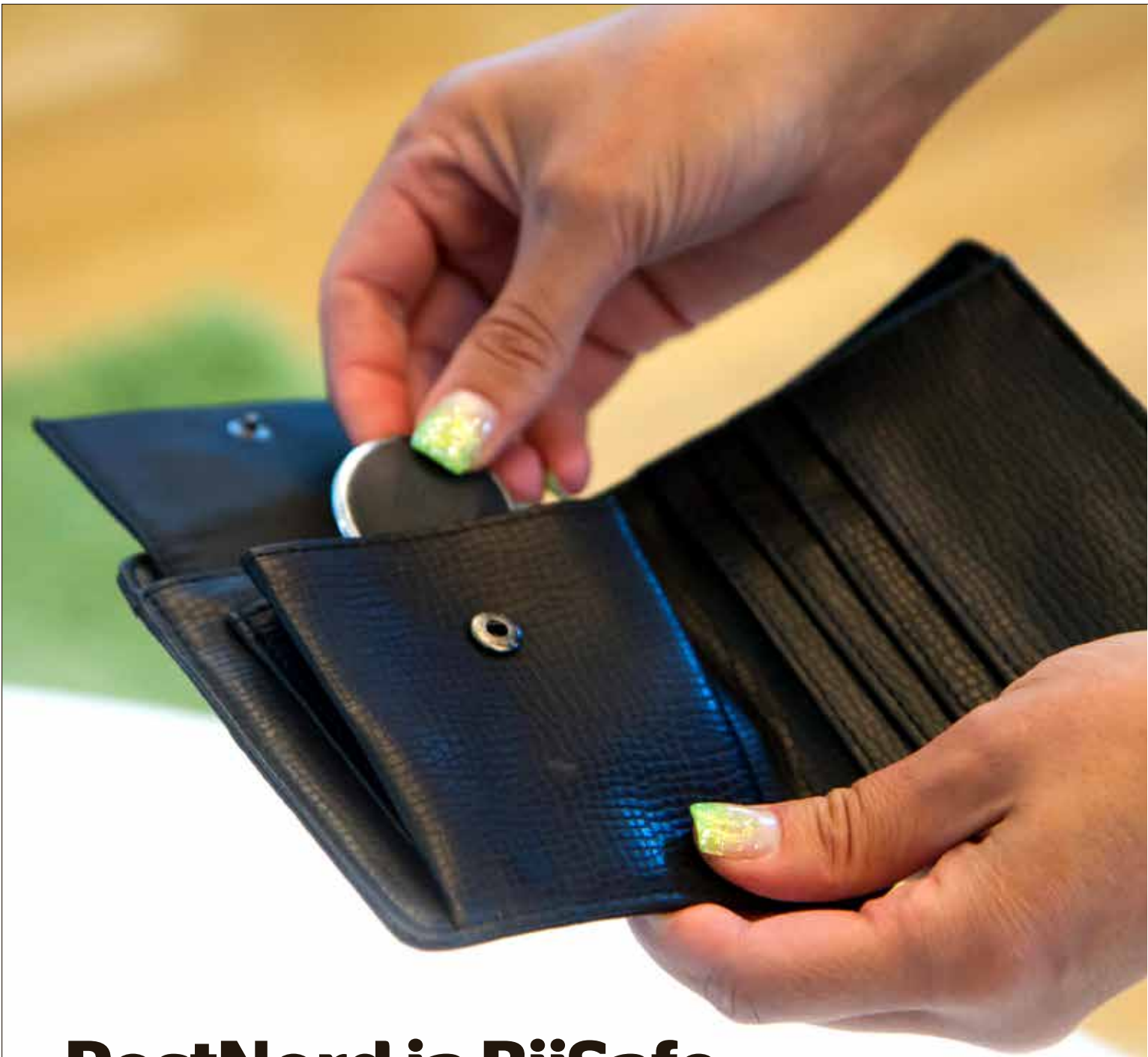
Black Friday on vuoden kiihkein ostospäivä. Nyt ilmiö on saavuttanut myös verkkokaupan.

### Suuntaus voimistuu entisestään

→ Viime vuonna verkkokaupan panostus Cyber Monday -päivään näkyi PostNordissa alennuspäiviin liittyvänä selvänä lähetysmäärien lisääntymisenä.  
→ Viime vuonna verkosta ostettiin joululahjoiksi eniten kirjoja, vaatteita ja leluja.  
→ PostNord uskoo, että Cyber Monday -ilmiö on tänä vuonna entistä voimakkaampi.

### ”Koska tämä on Pohjoismaissa uusi ilmiö, voi viedä jonkin aikaa, ennen kuin se siitä tulee tapa”

**YHDYSVALLOISSA BLACK FRIDAY** ja Cyber Monday ovat jo perinteikkäitä vuoden tärkeimpiä myyntipäiviä. Pohjoismaissa tilanne on toisenlainen. Meillä ei ole yhtä selvää joulumyynnin alkamispäivää, ja olemme tottuneet joulualennuksiin joulun jälkeen, emme marraskuussa. Kiitospäivä ei myöskään ole meillä juhlapäivä eikä sen jälkeinen perjantai, Black Friday, siten myöskään vapaapäivä. Koska tämä on Pohjoismaissa uusi ilmiö, voi viedä jonkin aikaa, ennen kuin siitä tulee tapa. Toisaalta pohjoismaalaiset kuluttajat tottuvat hyvin nopeasti uusiin suuntauksiin ja ilmiöihin. Jo nyt monet pohjoismaalaiset kuluttajat käyvät ostoksilla amerikkalaisissa verkkokaupoissa Cyber Monday -päivänä, Carin Blom kertoo. ■



# PostNord ja BiiSafe maailmanvalloitusmatkalla

BiiSafe valmistaa ja myy matkapuhelinten sovelluksia ja oheislaitteita. Nuori suomalaisyritys ponnistaa nyt maailmalle uutuustuotteellaan BiiSafe Buddylla. PostNord huolehtii tuotteiden pakkaamisen ja toimittamisen asiakkaille Suomessa ja muualla maailmassa.

TEKSTI KAISA KERÄNEN VALOKUVA BIISAFE OY

BiiSafe Buddy sai muotoilustaan kansainvälisen Red Dot -palkinnon.



**S**uomalaisyritys BiiSafe on vielä tuore tulokas sovellusmarkkinoilla, mutta sen tavoitteet ovat jo kaukana maailmalla. Matkapuhelinten oheislaitteita ja sovelluksia kehittävän yrityksen ensimmäinen tuote oli kodin valvontaan liittyvä ohjelma, ja vuonna 2014 markkinoille tuli uutuustuote BiiSafe Buddy, joka toimii monipuolisena turvalaitteena yhdessä matkapuhelimen kanssa.

- BiiSafe Buddy on täysin kotimainen tuote, joka on kehitetty parantamaan henkilökohtaista turvallisuutta. Tuote lanseerattiin Amerikkalaisella Indiegogo-sivustolla, ja se keräsi heti merkittävän määrän ennakkotilauksia. Nyt tuote on myynnissä globaalisti omassa verkkokaupassamme, kertoo BiiSafe Oy:n toimitusjohtaja Jouni Suutarinen.

**BIISAFE BUDDY ON** pienikokoinen matkapuhelimen lisälaitte, joka sisältää litiumpariston. Logistiikkakumppania valitessa toimittajan löytäminen pikkuriikkiselle laitteelle osoittautui yllättävän haasteelliseksi.

- Litiumpariston vuoksi sopivan toimittajan löytäminen oli haastavaa. PostNord pystyi kuitenkin heti tarjoamaan kuljetusten lisäksi myös tuotteiden pakkaamisen, joten koko ketju alkaen keräilystä ja tuotteen toimittamisesta loppuasiakkaalle hoituu nyt helposti yhden

toimitsijan puolesta, sanoo Suutarinen.

- BiiSafen verkkokauppaan tulevat tilaukset päivittyvät suoraan PostNordin järjestelmään, minkä jälkeen pakkaamme varastolla tuotteet joko yksittäisiin tai useamman kappaleen pakkauksiin. Sitten tuotteet

**”PostNord pystyi kuitenkin heti tarjoamaan kuljetusten lisäksi myös tuotteiden pakkaamisen”**

lähtevätkin jo matkaan - suurin osa ulkomaille, kertoo PostNordilla asiakkuudesta vastaava Riku Vuontisjärvi.

**JATKOSSA YHTEISTYÖN** tavoitteena on pyrkiä kehittämään ja panostamaan entisestään verkkokaupan ja PostNordin väliseen tiedonsiirtoon. Myös uusia toiminnallisuuksia, kuten tekstiviestivahvistusta tilauksen toimittamisesta kaavaillaan. BiiSafen tulevaisuuden suunnitelmissa siintää myös tuotekehitys.

- BiiSafe Buddyyn tullaan tuomaan lähitulevaisuudessa lisää ominaisuuksia ohjelmapäivitysten muodossa. Ohjelmatuki löytyy jo Androidille ja Applen iOS-laitteille. Toki kokonaan uusia tuoteideoitakin löytyy, mutta niiden aika on hieman myöhemmin, sanoo Suutarinen. ■

### Tyylikästä turvallisuutta

→ Suomalaiskeksintö BiiSafe Buddy on puhelimen lisälaitte, joka toimii sekä turvalaitteena että apuna kadonneiden tavaroiden etsinnässä. Laitteella voi yhdellä napin painalluksella jakaa oman sijaintitietonsa tai löytää esimerkiksi kadonneet avaimet.

Muotoilustaan kansainvälisen Red Dot -palkinnon saanut näppäräkokoinen tuote toimii yhdessä iOS- tai Android-älypuheliin ladatun sovelluksen kanssa käyttäen Bluetooth Smart -teknologiaa. Vuonna 2014 markkinoille tullut uutuustuote on herättänyt kiinnostusta ulkomaita myöten, ja tällä hetkellä BiiSafe Buddyä viedään yli 30 maahan.

### Etsii kadonneet avaimet

→ Avaimenperänä käytettynä BiiSafe Buddy on oiva apu hukkuneiden avainten etsinnässä. Painamalla älypuheliin sovelluksessa Etsi-nappia BiiSafe Buddy ilmoittaa olinpaikastaan valo- ja äänimerkein. Sovellus kertoo myös BiiSafe Buddy ja puhelimen välimatkan etsimisen helpottamiseksi.

### Sijaintitiedot kätevästi tärkeimmille kontakteille

→ BiiSafe Buddyyn kanssa yhdessä toimivaan mobiilisovellukseen voidaan luoda BiiSafe Circle eli piiri ystävien tai tuttujen kesken, jolloin he voivat jakaa keskenään sijaintitietojaan tai hälytyksiä. Vastaanottaja näkee lähetetyn olinpaikan sovelluksen karttanäkymässä.

### Tyylikäs ja persoonallinen muotoilu

→ Muotoilultaan tyylikäs, täysin vesitiivis ja iskunkestävä laite sopii moneen menoon. Se kulkee mukana taskussa, avaimenperässä, kaulassa tai ranteessa.

### Laajat käyttömahdollisuudet

→ BiiSafe Buddy soveltuu kaikkien käyttöön lapsista vanhuksiin. Perheen nuorimmat voivat napin painalluksella kertoa olinpaikkansa ja ikäihmiset saavat sen avulla tarvittaessa helposti apua. Laite jakaa sijaintitiedot helposti myös vaikkapa Facebookiin.



# Askel suureen maailmaan

Clas Ohlsonilla on Pohjoismaissa ja Iso-Britanniassa 185 myymälää ja useita uusia perusteilla, mikä tekee siitä eittämättä kansainvälisen luokan vähittäismyyntijätin. Suuruudestaan huolimatta entisen pienen posti-myyntiyrityksen sydän on yhä Ruotsissa pikkuruisessa Insjönissä, 2 000 asukkaan yhteisössä. Sieltä Clas Ohlson astuu suureen maailmaan.





76

Lue lisää →

# 120 000

lavaa mahtuu Clas Ohlsonin Insjönissä sijaitsevaan 43 metrin korkuiseen ja 77 000 neliömetrin laajuisen keskusvarastoon.



—> **L**ukemattomista askelmista muodostuvan portaikon tuskallisen kapuamisen jälkeen saavumme lopulta katolle. Näkymät ylhäältä ovat hulppeat ja vietämme hetken vain maisemaa ihaillen.

- Olemme nyt 43 metrin korkeudessa. Kymmenen kilometriä pohjoiseen sijaitsevat Leksand ja Siljan, ja siellä on meidän pääkonttorimme, sanoo ja osoittaa kädellään Clas Ohlsonin kuljetuspäällikkö Peter Bergestål ylpeyttä äänessään.

Hän viihtyy täällä. Sen huomaa.

Emme kuitenkaan tulleet tänne ihailemaan maisemia vaan puhumaan siitä, mitä meidän allamme on. Nimittäin valtava keskusvarasto, jonka katolla paraikaa olemme. Tämä on Clas Ohlsonin koko pohjoismaisen logistiikan napa. Kaikki ulkomailta saapuva tavara - suurin osa Aasiasta - saapuu tänne ja jatkaa sitten täältä eteenpäin myymälöihin ja tulee mahdollisina palautuksina takaisin. Täällä käy päivittäin satoja ajoneuvoja, ja vähän matkan päähän kylälle saapuu säännöllisiä rautatiekuljetuksia mukanaan maahantuotua tavaraa. Siitä lisää tuonnempana.

Clas Ohlsonin ensimmäinen erillinen keskusvarasto perustettiin 1995, ja sitä on sen jälkeen laajennettu



Peter Bergestål, Clas Ohlsonin kuljetuspäällikkö.

**”Olemme neljä kertaa tehokkaampia kuin kymmenen vuotta sitten”**

viiteen eri otteeseen. Alussa varasto oli 8 000 neliömetrin kokoinen (”silloin ajattelimme, että olemme todellakin uskaliaita”), ja sen jälkeen se on laajentunut nykyiseen 77 000 neliömetriin, johon mahtuu yhteensä 120 000 lavaa. Olemme nyt nosturivarastossa numero kaksi, johon yksistään mahtuu melkein 65 000 lavaa.

**NOSTURIVARASTOISTA** ja nostureista puheen ollen juuri ne ovat Clas Ohlsonin modernin varastologiikan tunnusmerkki. Nosturit ovat suorastaan mullistaneet toiminnan täällä.

- Ne ovat täysin automatisoituja nostureita, jotka ovat liikkeessä yöstä päivää. Yöllä, kun myymälöiden (joissa ei ole omaa varastoa) tilauksia noudetaan, nosturit asettavat tavarat käytävälle siinä järjestyksessä, jossa tilaukset ovat saapuneet. Ensin tullut tilaus pannaan siis käytävälle ensimmäiseksi, sitä seuraava heti sen perään ja niin edelleen, Peter Bergestål selittää. Sen jälkeen tavarat ajetaan liukuhihnalla keräilijöille, missä ne ovat valmiina lajiteltaviksi, kun henkilöstö tulee töihin aamulla. Heidän ei siis enää tarvitse itse hakea tavaroita hyllyistä niin kuin ennen. Sen vuoksi olemme nyt neljä kertaa tehokkaampia kuin kymmenen vuotta sitten.

Maria Henriks on työskennellyt keskusvarastossa 25

Maria Henriks on työskennellyt keskusvarastolla 25 vuotta.



vuotta ja voi empimättä todeta, että automatisointi on vaikuttanut varaston kehitykseen ja työympäristöön kaikkein eniten:

- En olisi hurjimmissa kuvitelmissani voinut arvata, että siitä tulisi tällaista! Ajatella, että kaikesta siitä rehkimisestä ja ajasta, joka kului saapuneiden ja lähtevien tavaroiden siirtämiseen käsivoimin, on tultu siihen, että nyt tavarat siirtyvät ja henkilöstön ei tarvitse liikkua lainkaan... Aivan loistavaa!

Alussa tavaravirrat eivät tietenkään olleet yhtä suuria kuin nyt. Maria Henriks muistaa, kun Insjönissä oli pelkkää postimyyntitoimintaa ja siellä kävi päivittäin vain yksittäisiä postiautoja noutamassa muutaman häkkillisen paketteja. Nyt keskusvarastolla käy satakunta kuljetusauto päivässä.

**AJATELLA, JOS VASTA** 22-vuotias Clas Ohlson olisi itse aavistanut tämän, kun hän lähes sata vuotta sitten alkoi julkaista teknisiä käsikirjoja ja huonekalupiirroksia omassa kotikylässään Insjönissä.

- Tuntuu hurjalta, että olemme siirtyneet pienestä Insjönistä suureen maailmaan!, Maria Henriks sanoo.

Suuruus myös velvoittaa. Eihän tämä mitään ruusuilla tanssimista ole, vaikka onkin sinällään mukava tehtävä

**”Tuntuu hurjalta, että olemme siirtyneet pienestä Insjönistä suureen maailmaan!”**

## Historiallisia virstanpylväitä

- 1918: Yrityksen perusti tuolloin vasta 22-vuotias Clas Ohlson, joka asui ja vaikutti Insjönissä koko elämänsä ajan.
- Aina 1980-luvulle asti yrityksen ensisijainen toimiala oli postimyynti, mutta jo varhain sitä tukemaan avattiin myymälä Insjöniin.
- 1985: Toimintaa laajennettiin Norjaan. Aluksi vain postimyyntiä ja vuodesta 1991 lähtien myös myymälöitä.
- 1989: Myymälälaajentuminen aloitettiin avaamalla ensimmäinen myymälä Insjönin ulkopuolelle Tukholman keskustaan.
- 1995: Rakennettiin ensimmäinen erillinen keskusvarasto. Sen jälkeen sitä on vuosien mittaan laajennettu viiteen otteeseen.



- 2002: Avattiin ensimmäinen myymälä Suomeen. Sen jälkeen niitä on avattu useita ja lisälaajentumista suunnitellaan.
- 2006: Kaikki maahan tuotu tavara alettiin kuljettaa rautateitse Göteborgin satamasta Insjöniin.
- 2008: Avattiin ensimmäinen myymälä Iso-Britanniaan. Suunnitteilla on useita uusia myymälöitä.
- 2014: Clas Ohlsonin ensimmäinen franchise-myymlä avattiin Dubaihin 30. huhtikuuta.

järjestää sata kuljetusta ja tuhat lavaa päivässä Pohjoismaihin ja Iso-Britanniaan, korostaa Peter Bergestål. Keskusvaraston logistiikan optimointi on tietenkin ollut vaikuttava ja tärkeä edellytys mahdollisimman tehokkaalle toiminnalle, mutta aivan yhtä tärkeää on toimiva jakelu Insjöniin ja sieltä pois.

Suurin haaste on saada luotua mahdollisimman paljon synergioita, ja siinä onkin tähän asti onnistuttu todella hyvin, Peter Bergestål toteaa. Se johtuu ennen kaikkea yhteistyöstä yhden ja saman toimittajan PostNordin kanssa.

- PostNordilla on tarjota kokonaisratkaisu kaikille meidän tavaroillemme, minkä ansiosta voimme ajaa täysillä autoilla joka suuntaan helposti ja sujuvasti.

**JAKELU PERUSTUU** niin sanottuun keskuspaikkajärjestelmään, missä kaikki Pohjoismaiden myymälöihin tarkoitetut tavaratoimitukset kuljetetaan strategisesti sijoitettuihin keskuksiin (terminaaleihin), missä tavara lajitellaan ja pakataan yön aikana ja lähetetään eteenpäin oikeaan myymälään seuraavana aamuna. Siellä tavarantoimituksen vastaanottajien lisäksi, joka lähettää palautuslaatikoita ja muuta palautettavaa tavaraa samalla kuljetuksella takaisin.

- Emme tarvitse kahta kuljetusliikennettä, jossa autot olisivat aina toiseen ajosuuntaan mennessään tyhjiä, ja tästä on meille paljon hyötyä, Peter Bergestål kertoo innostuneena.

Yksi suurista eduista liittyy ympäristöön, ja sen kannalta onkin ratkaisevaa, että yhteistyökumppani on nimenomaan PostNord.

- Meillä on yhteiset perusarvot ja yhdessä olemme löytäneet ratkaisuja, joista on monenlaista hyötyä myös ympäristölle. Esimerkiksi rautatiekuljetukset Norjassa.

Viime talvesta lähtien kaikki Clas Ohlsonin tavarakuljetukset on Norjassa hoidettu rautateitse, joka (laivojen ohella) on selvästi kaikkein ympäristöystävällisin kulje-

Lue lisää →

Pitkälle viety automaatio on tunnusmerkillistä Clas Ohlsonin keskusvarastolle.



tusvaihtoehto. Näin yrityksen Norjan liikenteen hiilidioksidipäästöt ovat runsaat 30 prosenttia pienemmät.

- Se toimii suorastaan loistavasti! Nyt tavoitteenamme on siirtyä entistä enemmän rautatiekuljetuksiin myös muissa Pohjoismaissa, Peter Bergestål paljastaa.

Ruotsissa ollaankin jo päästy eteenpäin asiassa, koska kaikki maahan tuotu tavara, joka saapuu Göteborgin satamaan, kuljetetaan sieltä Insjöniin rautateitse.

Laajasti katsottuna Clas Ohlson on monella tapaa pohjoismaisen vähittäiskauppalogistiikan huippua. Nyt on suuntauksena rakentaa entistä suurempia keskusvarastoja myymälöiden omien varastojen sijaan, Tanskan DI Transportin toimialajohtaja Michael Svane kertoo.

Lisääntyvä keskittyminen on monella tapaa hyvä asia, koska se tehostaa toimintaa monella tasolla. Samalla koko ala on uusien suurien haasteiden edessä, hän sanoo, ja viittaa ennen kaikkea varsinkin päivittäistavara-kaupan pienten toimijoiden vaikeuksiin. Suuret varastot edellyttävät enemmän terminaaleja ja myymälöiden sijaintia suurissa kauppakeskuksissa - tällaisia logistisia vaatimuksia pienten toimijoiden on vaikea täyttää.

Toinen tiukka haaste on suurkaupunkien myymälöihin toimittaminen samaa vauhtia kuin kaupungit ja niiden liikenne lisääntyvät, Michael Svane korostaa. Nyt on yksinkertaisesti vaikeampaa päästä perille ja pitää kiinni toimitusajoista. Myymälöiden aukioloajat ovat nekin pidentyneet.

**KULUTTAJIEN MUUTTUNUT** ostokäyttäytyminen on sekin tiukka ja samalla kuitenkin mielenkiintoinen haaste pohjoismaiselle vähittäiskauppalogistiikalle, Michael Svane kertoo.

- Se on seurausta verkkokaupan lisääntymisestä. Keskittyipä sitä myymälämyyntiin (kuten Clas Ohlson) taikka ei, jokaisen vähittäiskaupan toimijan on pysyttävä mukana kehityksessä voidakseen jatkaa kilpailukykyisenä markkinoilla, hän painottaa.

Paljolti on kyse siitä, että erilaiset myyntikanavat on yhdistettävä toisiinsa nykyistä tiiviimmin.

Aiemmin tänä vuonna Tukholmassa järjestetyssä pohjoismaisessa verkkokaupan huipputapaamisessa Nordic eCommerce Summitissa digitalisointia pidettiin odotetusti ratkaisevimpana vähittäiskauppamyynnin onnistumiseen vaikuttavista tekijöistä. On pystyttävä tavoittamaan asiakas digitaalisesti jo ennen tämän mahdollista käyntiä myymälässä, ja kyettävä sitten toimittamaan tilaukset nopeasti asiakkaalle. Näistä jälkimmäinen vaikuttaa logistiikkaan paljon.

- Verkkokauppa lisää joustavuuden vaatimuksia. Nopeuden lisäksi on osattava kehittää omaa toimintaa myös siihen suuntaan, että yksittäisille asiakkaille toimitetaan entistä enemmän pienempiä tilauksia, Michael Svane selittää.



Tanskan DI Transport -organisaation toimialajohtaja Michael Svane.

**”Toinen tiukka haaste on suurkaupunkien myymälöihin toimittaminen samaa vauhtia kuin kaupungit ja niiden liikenne lisääntyy”**

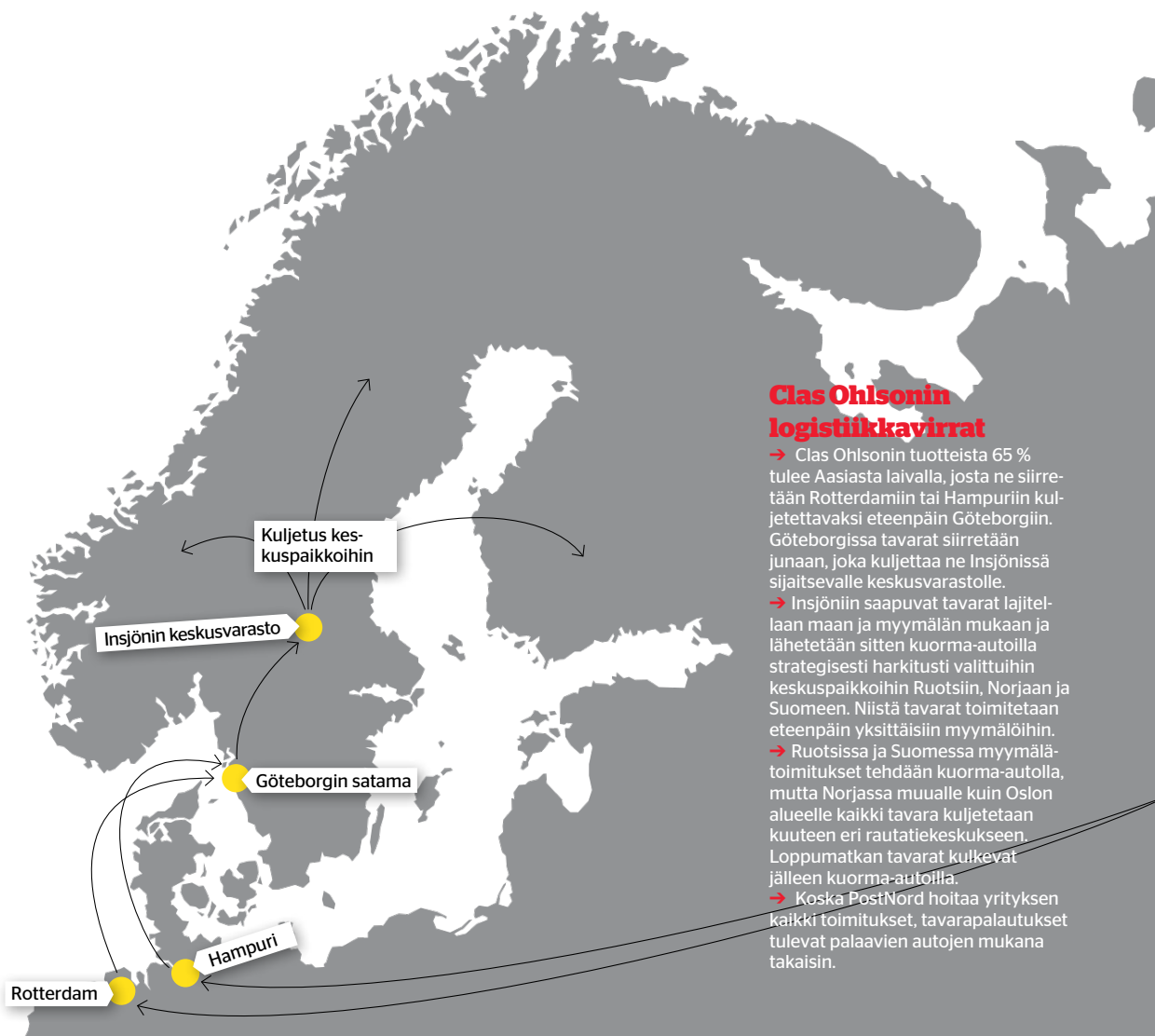
**YKSI JOKA ON HUOMANNUT** tämän kehityksen hyvin selvästi on teollisuustarvikkeita ja -komponentteja lähinnä Ruotsiin, Norjaan ja Suomeen myyvän B&B Tools -konsernin kuljetusjohtaja Bernt Calvert:

- Asiakkaamme ovat perinteisesti olleet enimmäkseen yrityksiä, mutta viime aikoina loppukäyttäjiltä on tullut entistä enemmän pieniä tilauksia. Silloin kyse on huoltomiehestä, joka tarvitsee yllättäen jotain tietynlaista ruuvia lukon asennukseen.

Bernt Calvert pitää digitalisointia parempana mahdollisuutena olla suorassa yhteydessä asiakkaaseen ja siten kohdennettua tarjontaa, työkalulennuksia jne. helpottavana asiana. Samalla hän on myös sitä mieltä, että se tiukentaa vaatimuksia:

- Koska asiakkaat tekevät tilauksensa entistä lyhyemmällä varoitusaajalla, meidän on oltava entistä nopeampia.

Tiivis yhteistyö tavarantoimittajan kanssa on tietysti yksi edellytys sille, että logistisista haasteista selvittää mahdollisimman hyvin. PostNordin vuosien 2013-2014 logistiikkabarometrin mukaan Suomi on tässä asiassa muihin verrattuna erikoisasemassa. Jopa 90 prosenttia suomalaisista logistiikkapalvelujen ostajista pyrkii logistiikkakumppaninsa avulla tunnistamaan, millä alueilla he voisivat tehostaa logistiikkaansa. Se antaa suomalaiselle elinkeinoelämälle etumatkaa suhteessa uusiin koviin



### Clas Ohlsonin logistiikkavirrat

→ Clas Ohlsonin tuotteista 65 % tulee Aasiasta laivalla, josta ne siirretään Rotterdamiin tai Hampuriin kuljettavaksi eteenpäin Göteborgiin. Göteborgissa tavarat siirretään junaan, joka kuljettaa ne Insjönissä sijaitsevalle keskusvarastolle.

→ Insjöniin saapuvat tavarat lajitellaan maan ja myymälän mukaan ja lähetetään sitten kuorma-autoilla strategisesti harkitusti valittuihin keskuspaikkoihin Ruotsiin, Norjaan ja Suomeen. Niistä tavarat toimitetaan eteenpäin yksittäisiin myymälöihin.

→ Ruotsissa ja Suomessa myymälätoimitukset tehdään kuorma-autolla, mutta Norjassa muualle kuin Osloon alueelle kaikki tavara kuljetetaan kuuteen eri rautatiekeskukseen. Loppumatkan tavarat kulkevat jälleen kuorma-autoilla.

→ Koska PostNord hoitaa yrityksen kaikki toimitukset, tavarapalautukset tulevat palaavien autojen mukana takaisin.

haasteisiin, jotka logistiikka-ala joutuu tulevaisuudessa kohtaamaan erityisesti vähittäiskaupan puolella.

**SAMALLA NÄYTTÄÄ** kuitenkin siltä, että suomalaisissa yrityksissä ympäristötilanne on huonompi, vaikka se on toinen logistiikan alue, joka olisi otettava entistä paremmin huomioon. Barometrin mukaan ruotsalaiset ja tanskalaiset logistiikkapalveluiden ostajat erottuvat tässä asiassa myönteisesti.

- Tanskassa on otettu käyttöön erityisiä suurkaupunkien ja niistä pois suuntautuvaan liikenteeseen kohdistuvia rajoituksia, Michael Svane kertoo. Se on toki hyvä asia, mutta tarkoittaa ajoneuvologistiikan kannalta samalla vielä yhtä muuttujaa, joka on otettava huomioon, hän lisää.

Ympäristöasioihin keskittyminen on jo suuri suuntaus, mutta jos ottaa huomioon kaikki ympäristöystävällisiin ajoneuvoihin ja kuljetuksiin kohdistuvat poliittiset vaatimukset, kyse on ilman muuta suuresta logistiikkalan haasteesta jatkossakin. Eikä vähiten Clas Ohlsonin kaltaiselle vähittäiskauppajättille.

Kuten sanottua, suuria panostuksia on jo tehty rautatiekuljetusten lisäämiseksi niin Norjan sisällä kuin Insjöniin ja sieltä pois. Toinen toimenpide on lähtevien kuljetusten lavakorkeuden nostaminen, minkä ansios-

### 5 haastetta

Pohjoismaisella vähittäiskaupalla on useita logistiikkaan liittyviä haasteita:

- Kaupungistuminen - entistä useammat muuttavat kaupunkiin.
- Verkkokauppa - asettaa kovemmat vaatimukset nopeille toimituksille.
- Perille pääsy - "viimeisen kilometrin" suuret kustannukset.
- Kestävyys - toimivan kaupunkilogistiikan ja ympäristöystävällisen ajokaluston merkitys.
- It-kehitys - kuluttajat ovat taitavampia ja tiedostavampia.

*DI Transportin toimialajohtaja Michael Svane*

ta on ollut mahdollista vähentää kuljetusten määrää. Yhteistyö PostNordin kanssa kaiken kaikkiaan ja kaikki siitä syntyvät logistiset synergiavaikutukset saavat aikaan suuria ympäristösäästöjä.

- Ympäristö ja kestävyys ovat äärimmäisen tärkeitä asioita! Toimija, joka ei osoita aktiivista paneutumista ympäristöasioihin, joutuu vetäytymään toiminnasta, sanoo Peter Bergestål yhteenvedona vakuuttuneena asiastaan.

Siksi kuljetusten hiilidioksidipäästöjen vähentäminen ja kaiken mahdollisen tavarankierrättäminen varastotiloissa ovat Clas Ohlsonin jatkuvassa ympäristötyössä itsestäänselvyksiä. Siitä tulee selvä haaste yritykselle, joka aikoo nyt laajentaa entisestään, osittain Euroopan markkinoiden (ja Suomen uusien myymälöiden) suuntaan, osittain suhteessa uusien jakelukeskusten rakentamiseen. Insjönissä on nyt saavutettu yläraja.

- Täältä emme kuitenkaan koskaan lähde pois. Sijainti on pohjoismaisten markkinoiden kannalta maantieteellisesti täydellinen - tarkalleen kuumimpien alueiden eli Tukholman ja Osloon puolivälissä. Kun muut yritykset eri syistä lähtivät tältä alueelta joitakin vuosia sitten, me teimme juuri päinvastoin ja valoimme sekä pääkonttorin että keskusvaraston perustukset. Täällä me aiomme pysyä, Peter Bergestål sanoo. ■

## Makia Clothing Oy

Makia on vuonna 2001 perustettu suomalainen vaatemerkki. Valikoimaan kuuluu n. 1000 varastonimikettä / sesonki. Yritys toimii Helsingin Punavuoressa, ja sen päävarasto sijaitsee Turussa.

→ **Liikevaihto:** 3 miljoonaa euroa vuonna 2013

→ **Markkinat:** Tuotteita viedään 25 maahan

→ **PostNordin palvelut:** B2B-lavat ja paketit Pohjoismaissa ja muualla Euroopassa sekä B2C-toimitukset EU:ssa, lisäksi varastointi ja lisäarvopalvelut.



# Suomalaiset katuvaatteet kiinnostavat kansainvälisillä markkinoilla

**Suomalainen miestenvaatemerkki Makia siirsi varastonsa Hollannista Turkuun PostNordille tuodakseen tuotteensa lähemmäksi kasvavia kotimarkkinoitaan. Turussa varastoitavat ja sieltä kuljetettavat tekstiilituotteet matkaavat nyt helposti ja huolettomasti - sekä ennen kaikkea nopeasti perille verkkokaupassa ostoksia tekevien vaatekaappeihin.**

TEKSTI KAISA KERÄNEN VALOKUVA MAKIA CLOTHING OY

**V**uonna 2001 ammattilumilautailija Joni Malmi haaveili oman vaatemerkkin perustamisesta. Tuolloin herännyt ajatus klassisista, siisteistä ja ajattomista katuvaatteista elää edelleen vuonna 2014, kun Makia-nimeä kantavan yrityksen tekstiilituotteita viedään 25 eri maahan ja yrityksen liikevaihto 3 miljoonaa euroa.

**10 HENKEÄ HELSINGISSÄ** työllistävän Makian valttikorttina ovat monipuolista suomalaista designia edustavat miestenvaatteet, joille menekkiä löytyy myös Suomen ulkopuolella. Makian vientikauppa alkoi tosissaan vuonna 2009, ja siitä lähtien yritys on pyrkinyt kovasti kasvuun. Suomalaisvaatemerkkin kasvutuotteet ovat kuitenkin vaatineet myös isoja muutoksia:

- Olemme uudistaneet strategiaamme tuomalla tuotantoamme Kiinasta lähemmäksi ja

siirtämällä varastomme Hollannista Suomeen PostNordille. Lähempänä kotimarkkinoita sijaitsevat toiminnot lisäävät kustannustehokkuuttamme, sanoo Makia Clothing Oy:n operatiivinen johtaja Mika Martikainen.

**MAKIA HOITI AIKAISEMMIN** verkkokaup-pavarastonsa itse, mutta etenkin syys- ja kevätsezonkien yhteydessä kasvavat volyymit pakottivat miettimään tehokkaampia ratkaisuja. PostNord räätälöi kuljetusten ja perinteisen varastoinnin lisäksi myös lisäarvopalvelut, joihin kuuluvat esimerkiksi asiakaskohtaisten tuotteiden yksilöinti ja merkitseminen.

- Kuljetukset sekä varastoinnin hoitava logistiikkakumppani vapautti meiltä resursseja ja teki kokonaistoimintamme helpommin hallittavaksi. Meille tärkeää oli löytää nimenomaan sopiva kokonaispaketti, jossa yhdistyvät kustannustehokkuus ja laatu, sanoo Martikainen.



**Mika Martikainen.**

Makian painopistealueet sijaitsevat tällä hetkellä Keski-Euroopassa, etenkin Espanjassa, Italiassa ja Saksassa, missä tavoitteena on kasvaa lähitulevaisuudessa voimakkaasti. Mutta miltä verraten pienen suomalaismerkin vaatteiden

menekki mahtaa haastavassa maailmantalouden tilanteessa näyttää?

- Uutena brändinä on kieltämättä vaikeaa saada jalansijaa maailmanmarkkinoilla. Olemme kuitenkin pystyneet koko ajan kasvamaan, vaikka paras aika markkinoille ja kaupalle ei olekaan juuri nyt käsillä. Tuotteemme edustavat käytännöllistä suomalaista katuvaategenreä, ja uskomme siihen sekä kotimaassa että ulkomailla, sanoo Martikainen luottavaisena. ■

# Tekniikka

→ POHJOISMAISET MARKKINAT LUKUINA

## PostNord testaa uutta pakettiautomaattia

Nyt PostNord aloittaa pakettiautomaattien pilottikokeilun Suomessa, Norjassa ja Ruotsissa. Tanskassa jo käytössä olevia automaatteja voi käyttää sekä pakettien noutamiseen että palauttamiseen. **TEKSTI** KALLE WIKLUND **VALOKUVA** ERIK ARDELIUS

**VERKKOKAUPAN VIIME AIKOJEN** voimakas kehitys lisää PostNordin olemassa olevien noutopisteiden paineita. PostNordilla on tällä hetkellä Pohjoismaissa yli 5 300 noutopistettä, ja nyt pakettiautomaatit tulevat vaihtoehtoksi perinteiselle noutopisteverkostolle ja täydentämään sitä.

- Asiakkaamme ovat toivoneet tätä jakelukanavaa, ja uskomme, että sen löytävät verkkokauppa-asiakkaat, jotka haluavat pakettinsa toimitettuna paikkaan, jossa he käyvät vapaa-aikanaan tai jonka ohi he kulkevat matkallaan töihin tai kouluun, PostNord Logisticsin liiketoiminta-alueen tuotejohtaja Johan Littmarck sanoo.

**MARRASKUUSTA** lähtien otetaan käyttöön kymmenen pakettiautomaattia tavarataloissa ja kauppakeskuksissa - neljä Tukholmassa, neljä Oslossa ja kaksi pääkaupunkiseudulla

Suomessa. Tällä kauppakeskus Kampissa Helsingissä ja Kauniaisten Grani-ostoskeskuksessa sijaitsevat automaatit toteutetaan yhdessä Matkahuollon kanssa.

- Tanskassa pakettiautomaatteja on käytetty jo kauan, ja haluamme nyt nähdä, miten ruotsalaiset, norjalaiset ja suomalaiset kuluttajat ottavat ne vastaan. Jakelu ja markkinointi toteutetaan yhteistyössä verkkokaupan suurimpien toimijoiden kanssa, Johan Littmarck kertoo.

**Mitä eroa on uusilla ja Tanskassa jo käytössä olevilla pakettiautomaateilla?**

- Tanskassa automaateilla on tarjolla enemmän palveluita - siellä voi muun muassa maksaa postimaksun automaattilla, mitä me emme aio tässä pilottikokeessa tarjota asiakkaille. Tanskalaisissa automaateissa on lisäksi tulostin, jonka ansiosta niistä voi saada paperisen kuitin, Johan Littmarck sanoo.



**?**  
Haluatko lisätietoja pakettiautomaattiprojektista? Ota yhteyttä Johan Littmarckiin osoitteeseen [johan.littmarck@postnord.com](mailto:johan.littmarck@postnord.com)

### Noutaminen tapahtuu näin



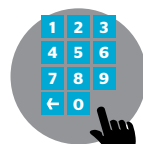
**1.** Kun asiakas tilaa tavaran, hän voi ilmoittaa, miltä automaattilta hän haluaa noutaa sen.



**2.** Kun tavara on noudettavissa, hän saa ilmoituksen siitä tekstiviestillä.



**3.** Asiakas menee pakettiautomaatille ja noutaa paketin itselleen sopivana ajankohtana.



**4.** Lähetysohjeissa annetaan pinkoodi. Asiakas näpyttelee pinkoodin ja puhelinnumeronsa automaattiin.



**5.** Automaatin luukku aukeaa, ja asiakas voi ottaa paketinsä.





## Turvallisempien teiden testirata

→ Elokuussa Ruotsin Boråsin lähelle avattiin uusi testirata AstaZero. Tällä maailman mittakaavassa ainutkertaisella radalla halutaan auttaa tutkijoita ja ajoneuvoteollisuutta kehittämään ajoneuvoihin aktiivisia turvajär-

jestelmiä. Rataan kuuluu yli viiden kilometrin pituinen maantiesuosuus, ympyränmuotoinen asvaltoitu halkaisijaltaan 240 metrin kokoinen kiihdytysrataosuus, moottoritieosuus sekä yhdeksän korttelin kokoinen kaupunkiosuus.



Testissä käytettävien pakettiautomaattien kapasiteetti on runsaat 44 pakettia. Automaatit rakennetaan moduuleista, ja ne voidaan koota kulloisenkin tarpeen mukaan. Noutaminen on todella helppoa. Kun paketti on toimitettu automaattiin, tilaaja saa siitä ilmoituksen tekstiviestillä. Ilmoituksessa kerrotaan pinkoodi, joka kirjoitetaan automaatin kosketusnäyttöön paketin noutamisen yhteydessä.

**PALAUTUKSET** tehdään mihin tahansa noutopisteeseen, joita ovat Siwat, Valintatalot ja kaikki Matkahuollon toimipisteet.

Pakettiautomaatit tarjoavat monia mielenkiintoisia mahdollisuuksia, mutta niihin liittyy myös omat haasteensa.

**”Asiakkaamme ovat toivonneet tätä jakelukanavaa, ja uskomme, että verkko-kauppa-asiakkaat ottavat sen pian omakseen”**

- Jakelun automaateihin ja automaateilta on toimittava, ja sopimusasiakkaidemme on verkkokaupoissaan tarjottava omille asiakkailleen mahdollisuus valita pakettiautomaatti noutopaikaksi. Sinun on siis verkkokauppa-asiakkaana aktiivisesti valittava, että lähetys toimitetaan pakettiautomaattiin. Aiomme seurata asiakkaiden kokemuksia ja arvioita noutamisesta ja palauttamisesta tarkkaan, ja seuranta toteutetaan yhteistyössä Lundin yliopiston kanssa, Johan Littmarck kertoo ja jatkaa:

- Tulevaisuudessa automaatteja kaavailaan sijoitettaviksi yliopistoille, konseptimyyntimälöihin ja lentokentille. On pakko myöntää, että tässä on kyse mielenkiintoisesta kehityksestä, ja se, että PostNord lähtee kokeilemaan tällaista, on osoitus siitä, että kuuntelemme asiakkaitamme. ■

### Kummit Golf -tapahtuma keräsi 15 000 euroa

→ PostNord toimi kuudetta kertaa pääyhteistyökumppanina Kummit Golf -tapahtumassa Vanajanlinnassa toukokuussa. Hyväntekeväisyystapahtumaan osallistui 15 joukkuetta, ja päivän tuotto oli noin 15 000 euroa. Summa lahjoitettiin kokonaisuudessaan Kanta-Hämeen keskussairaalan lastenosastolle Vanhemmat vahvasti mukana -projektin toteuttamiseen.



# Nordic update

→POHJOISMAIDEN MARKKINAT LUKUINA

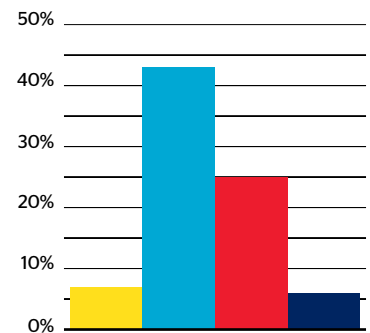
## Matka verkko-ostosten tekemiseen

Uusi ”Verkkokauppa Pohjoismaissa” -raportti kertoo, mitä pohjoismaiset verkkokauppa-asiakkaat pitävät tärkeänä etsiessään sopivaa verkkokauppaa.

### Miten tärkeitä seuraavat seikat ovat verkko-ostosten tekemisessä?

Kokonaishinta käy selvästi ilmi	96%
Hyvät ja tarkat tiedot tuotteista	96%
Helppo navigoida sivustolla	92%
Sivuston hakutoiminto on hyvä	89%
Käy selvästi ilmi, miten saan yhteyden asiakaspalveluun	82%
Tuotteen toimitusajankohta on ilmoitettu tarkasti	85%
Ei tarvitse rekisteröityä/liittyä jäseneksi	64%
Palautuksesta on annettu tarkat tiedot	81%

### Miksi kävit verkkokaupassa, jossa viimeksi teit verkko-ostoksia?



- Vinkki ystävältä tai tuttavalta
- Aiempaa kokemusta verkkokaupasta
- Etsi itse tiedon internetistä
- Sähköpostitse lähetettävä uutiskirje



## Verkkokauppa Pohjoismaissa vuoden 2014 toisella neljänneksellä

→ PostNord seuraa neljännesvuosittain verkkokaupan pohjoismaista kehitystä. Tutkimus perustuu kuluttajien omaan arviointiin tekemistään verkko-ostoksista. Verkkokauppa Pohjoismaissa -raportti julkaistaan

neljännesvuosittain, ja sen tiedot perustuvat noin 4000 vastaajalle Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa ja Suomessa tehtyihin kuluttajatutkimuksiin. Kuluttajatutkimus tehtiin heinäkuussa 2014.

### Miten tärkeinä pidät seuraavia lähteitä tehdessäsi verkko-ostoksia?

Google/hakukone	74 %
Vertailusivustot	57 %
Ystävät ja tuttavat	50 %
Postitse tulevat tarjoukset	27 %

# 12%

on saanut myymälässä asioidessaan henkilöökunnalta neuvon hankkia etsimänsä tuote myymälän verkkokaupasta.

### Kun viimeksi keskeytit verkko-ostosten tekemisen - mikä siihen oli syy?

Minun oli pakko kirjautua/liittyä jäseneksi	18 %
Lähetykseen lisättiin toimituskulut, joista ei ilmoitettu aiemmin	17 %
Oivalsin, etten tarvitse tuotetta	13 %
Tekniset ongelmat	11 %
Tuli muuta tekemistä	8 %
Muu syy	6 %

