



”PostNord Logisticsin tehokas ja moderni varasto teki meihin vaikutuksen.”

Jens Krogell, moomin.com

TEKNIikka Verkkokaupat mukautuvat mobiiliaikaan
KLINGEL Logistiikka on yrityksen selkäranka
KURKISTUS KUORMAAN Muumi-mukit matkalla maailmalle



Tempo

LOGISTIIKAN YRITYSLEHTI #1 2014

postnord
LOGISTICS

Haastava tulevaisuus

Globalisaatio ja energiapula vaikuttavat tulevaisuuden logistiikkaan huomattavasti. Suurin uhka vaanii kuitenkin yrityksissä itsessään. Ne, jotka eivät kehity, voivat pudota matkasta, toteaa Pohjoismaiden johtava tulevaisuudentutkija.



Tempo #1 2014

JARI RINNEKOSKI TOIMITUSJOHTAJA, POSTNORD LOGISTICS OY

Verkkokaupan pohjoismainen kumppani

➔ **POIKKESITKO KENTIES** kotimatalla Siwassa tai Valintatalossa? Kaupan ovelta sinua tervehti PostNord Logisticsin uusi, sininen logo. Ehkä samalla noudit kassalta PostNord Logisticsin toimittaman paketin, netti-kauppatilauksesi esimerkiksi Zalandoilta tai Ellokselta? Näin tekevät kymmenet tuhannet kuluttajat viikoittain ympäri Suomea.

KANSAINVÄLISEN VERKKOKAUPAN toimituksemme kasvavat koko ajan yli 1100 noutopisteeseemme, Suomen Lähikaupan kauppoihin ja Matkahuollon toimipisteisiin, ympäri maata. Samalla verkkokauppaa tekevät suomalaiset asiakkaamme hakevat rohkeasti kasvua viennistä Pohjoismaihin. Asiakkaidemme hienojen kokemusten perusteella kehtaammekin kehua: osaamme kuluttajakäytön länsinaapurien paremmin kuin kukaan muu. Aiheesta kertovat tämän lehden

haastatteluisamme kaksi verkkokauppaa: moomin.com (s. 14) ja glamouretto.com (s. 6).

VERKKOKAUPASSA eletään kesän alussa jännittävää aikaa: etäkaupan lainsäädännön uudistuessa nähtäväksi jää, lähdetäänkö palautuksille lyömään hintalappuja ja miten palautusilmoitusten hallinnointi hoituu. Riippumatta tästä tulevaisuus on kuitenkin digitaalisessa kaupankäynnissä: juuri siksi pohjoismaisen konsernimme juuri päivitettyssä strategiassa e-commerce on nostettu kaikkia muita toimialoja korkeammalle.

Tule tapaamaan PostNordin väkeä ja kuulemaan lisää Verkkomarkkinointi & Verkkokauppa 2014 -messuille 19.-20. maaliskuuta Helsingin messukeskukseen. Kutsun saat nettisivuiltamme.

Nähdään messuilla!



SISÄLTÖ NUMERO 1 2014



Tulevaisuus lähestyy

SIVU 8 Keskustelimme Pohjoismaiden johtavien asiantuntijoiden kanssa siitä, millaisia haasteita logistiikka tulee kohtaamaan seuraavien vuosien ja vuosikymmenten aikana.



SIVU 6 **Yksilölliset kuljetusratkaisut** Glamouretton kulutustavarat matkavat PostNord Logisticsin ja Direct Linkin avulla ympäri Eurooppaa.

LISÄKSI Näin onnistuu vienti Eurooppaan / Ellos ja PostNord tiivistävät yhteistyötään / Joustavat ratkaisut vakuuttivat saksalaisen Klingelin



SIVU 14 **Kurkistus kuormaan** PostNord Logisticsin varasto ja kuljettaa muumin.com-verkkokaupan tuotteita.



SIVU 16 **Mobiilisovellusten esinmarssi** Verkkosivustojen mukauttaminen mobiililaitteille vaatii suunnittelua.

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 KLINGEL

Joustavat ratkaisut vakuuttivat Klingelin

Saksalainen Klingel on postimyyntimaailman jättiläinen. Jo viisi vuotta se on ostanut pohjoismaiset toimituspalvelunsa PostNord Logisticsilta. Yhteistyön kanalta ratkaisevaa on ollut pohjoismaisten palveluiden kattavuus ja halu mukauttaa toimintaa asiakkaan tarpeisiin.

KLINGEL on Saksan toiseksi suurin ja Ruotsin neljänneksi suurin etäkauppayritys.

Se myy vaatteita, kenkiä, asusteita ja kodintarvikkeita. Kohderyhmä ovat yli 55-vuotiaat naiset. Siitä lähtien kun yritys tuli Ruotsin markkinoille kymmenisen vuotta sitten, PostNord Logistics on hoitanut sen jakelun Ruotsiin, Ruotsissa ja Ruotsista ja vuodesta 2008 lähtien myös Norja ja Suomi ovat olleet sen vastuulla.

Klingelin Pohjoismaiden johtaja Carina Bergudden kertoo, että PostNord Logisticsin yhtenäiset jakeluratkaisut koko alueella ovat vaikuttaneet sen valintaan suuresti. Valintaan vaikutti myös se, että siellä ollaan halukkaita mukauttamaan toimintaa.

- Toimimme 13 eri maassa, emmekä voi muuttaa toimintatapojamme eri tavarantoimittajien mukaan, vaan meidän on etsittävä sellaiset toimittajat, jotka pystyvät toimimaan meidän järjestelmämme mukaan, hän selittää.

ESIMERKKINÄ HÄN mainitsee sen, miten yhteistyö PostNord Logisticsin kanssa toimi muutama vuosi sitten. Silloin Klingelissä pakattiin itse paketit lavoihin, ennen

Klingel

■ Klingelin pääkonttori ja logistiikkakeskus sijaitsevat Pforzheimissa Etelä-Saksassa.

■ Klingel toimittaa tavarat Lyypekkiin, mistä eteenpäin PostNord Logistics hoitaa tavaroiden logistiikan.

■ Siellä paketit lajitellaan maakohtaisesti, pakataan lavoihin ja toimitetaan Suomeen, Ruotsiin ja Norjaan.

■ Kussakin maassa lavat puretaan ja tavarat lähetetään vastaanottajilleen PostNord Logisticsin pohjoismaisella MyPack-pakettipalvelulla.

■ Palautukset tehdään MyPack-palautuksina.

■ Palautetut tavarat kootaan PostNord Logisticsin terminaaleihin Osloon, Malmöhön ja Helsinkiin ja kuljetetaan takaisin Pforzheimin varastolle kahdesti viikossa.

kuin ne lähtivät varastolta. PostNord Logistics mukautti kuitenkin palvelukoneistoaan ja otti hoitaakseen myös lajittelun ja lavoihin pakkaamisen Lyypekin terminaalisaaan niin, että Klingelissä paketit voitiin siirtää suoraan perävaunuun.

- Se oli valtava etu meille. Nyt meillä on samanlaiset lajittelukoneet ja -linjastot kaikille paketeille, olivatpa ne lähdössä mihin maahan tahansa, Carina kertoo.

LOGISTIikkaan vaikuttaa myös se, että sen kohderyhmänä ovat yli 55-vuotiaat naiset. Yrityksessä yllätyttiin, kun tekstiviesti-ilmoitukset otettiin käyttöön.

- Pidimme itsestään selvänä, että asiakkaille ilmoitettaisiin tekstiviestillä, kun paketti oli noudettavissa. Tuloksena olikin yllättäen suuri määrä noutamattomia paketteja ja valituksia asiakkailta siitä, ettei heille ollut ilmoitettu paketin saapumisesta. Kävi ilmi, että vain alle puolet asiakkaistamme, joilla on matkapuhelin, myös käyttää sitä. Nyt ilmoitamme paketeista sekä tekstiviestillä että kirjeitse, olkoonkin, että kirjeellä ilmoittaminen on kustannusnäkökulmasta meille huono juttu, Carina sanoo.

KOHDERYHMÄMME ei myöskään odota nopeita toimituksia, ja usein toimitusaikamme onkin seitsemän vuorokautta. Sen sijaan on äärimmäisen tärkeää, että luvatussa toimituspäivästä pidetään kiinni ja että asiakkaiden on helppo noutaa ja palauttaa paketti.

- Aluksi asiakkaiden piti totutella siihen, että sitä ei noudetakaan paikallisesta postista. Nyt he ovat jo tottuneet MyPack-noutopisteisiin ja olemme kaikki tyytyväisiä, Carina selittää. ■

Logistiikkamaailma

→ UUTISIA / TRENDIÄ / INNOITUSTA

Kolme vapaan verkkokaupan ongelmaa Euroopassa

- 1 Kysymys hyvästä domain-nimestä
- 2 Eri maiden kuluttajalainsäädäntö ja -suoja
- 3 Kysymys siitä, minkä maan lainsäädäntöä noudatetaan

Rajaton verkkokauppa kohtaa monia esteitä

Ranskassa alennusmyyntejä saa pitää vain tiettyinä aikoina, Alankomaissa ei saa myydä pelipalveluja verkossa ja Tanskassa Dankortet-maksukorttiin liittyvät määräykset vaikeuttavat maksamista. Euroopan verkkokauppaa perustava joutuu ylittämään monia esteitä.

→ Verkkokauppa kasvaa vauhdilla, ja monilla pohjoismaisilla yrityksillä on verkkokauppapalveluita naapurimaissa, muualla Euroopassa ja sen ulkopuolella.

Kasvavan verkkokaupan myötä syntyy uusia, nimenomaan verkkokauppaan liittyviä esteitä, jotka vaikeuttavat uusille markkinoille pääsyä, vaikka vapaan liikkuvuuden pitäisi EU-markkinoilla olla vallitseva asenne.

– Verkkokauppias voi päätyä hankaluuksiin, jos oman maan lainsäädäntö poikkeaa kohtamaan lainsäädännöstä. Sitä voi tietämättään rikkoa maan lainsäädäntöä tai kuluttajasuojasääntöjä, Ruotsin

kaupakkollegion Ola Valois kertoo.

Esimerkkinä mainittakoon, että Unkarissa ei aiemmin saanut myydä piilolinsskejä verkossa, Saksassa lääkkeiden verkkokauppa on kielletty ja Ranskassa on rajoitettu alennusmyyntejä niin, että ne ovat sallittuja vain tiettyinä aikoina vuodesta.

– Verkkokauppiiaan on melkein mahdotonta tutustua kaikkien maiden lainsäädäntöihin. Siitä syntyy luottamuspula sekä asiakkaalle, jonka pitää rohjeta tehdä ostoksia ulkomaisista kaupoista, että yrittäjälle, jonka on uskallettava astua uusille markkinoille.

Suurin ongelma on se,

että lainsäädäntö laahaa koko ajan jäljessä.

– Verkkokaupalle on tunnusomaista nopea kehitys, ja lainsäädännön prosessit ovat sitä vastoin hyvin hitaita. Verkkokauppa on kehittynyt kuluneiden kymmenen vuoden aikana ja EU:ssa lainsäädännön muuttamiseen menee parhaassakin tapauksessa 2-5 vuotta, Ola Valois sanoo.

Yksi suuri ongelma on kysymys hyvästä domain-nimestä. Useimmat Euroopan maat edellyttävät, että yrityksellä on fyysinen toimipaikka maassa, jotta ne saavat käyttää kyseisen maan domain-päätettä, kuten Norjassa .no tai Tanskassa .dk.

– Kysymys on äärimmäisen tärkeä verkkokauppiaille, koska hakukoneet luokittelevat paikalliset domainit ulkomaisia tärkeämmiksi. Jos toimii Tanskassa ja etsii netistä tuotetta, hakutuloksissa ovat ylimpänä sivut, joiden lopussa on .dk.

Kesäkuussa voimaan tulee uusi EU-direktiivi helpottaa myös verkkokauppaa. Siinä säädetään muun muassa tiukemmista kuluttajasuojamääräyksistä ja yhdenmukaisista palautusoikeussäännöistä, joilla korvataan kansalliset lainsäädännöt. Direktiivin ansiosta verkkokauppiat voivat muun muassa itse valita, haluavatko he tarjota maksuttoman palautuspalvelun vai eivät. **HILDA HULTÉN**

Täältä saat apua verkkokaupan esteiden voittamiseen

SOLVIT. Verkosto, jonka tavoitteena on kaupan ongelmien ratkaiseminen sisämarkkinoilla ja joka siten auttaa Euroopan markkinoilla verkkokauppaan liittyvien ongelmien ratkaisemisessa. Palvelu on maksuton ja sitä tarjotaan kaikissa kansallisissa SOLVIT-keskuksissa kaikissa EU-maissa sekä Norjassa, Islannissa ja Liechtensteinissä.

Ekologinen varasto

→ PostNord Logisticsin varasto Helsingborgissa on saanut ruotsalaisen KRAV-luomuser-tifikaatin Nestlélle ja Cloettalle toteutettamiinsa palveluihin. Ekologisten tuotteiden kysyntä on lisääntynyt entisestään, ja yritykselle onkin aiempaa tärkeämpää pystyä osoittamaan toimintansa ympäristöystävällisyys.

– Toimittajaa valitsevalle asiakkaalle voi olla ratkaisevaa, että vastaamme hänen vaatimuksiinsa ja että palvelumme vastaa odotettuja korkeita standardeja. Asiakkaan tavoin mekin haluamme puhtaan oman tuotannon ja tunteen siitä, että olemme kantaneet korttemme kekon ympäristön puolesta, PostNord Logistics Ruotsin varastointi- ja lisäarvopalveluiden markkinointijohtaja Jan-Ola Wede sanoo.



Panaman kanava 100 vuotta

→ Tänä vuonna on kulunut sata vuotta siitä, kun Panaman kanava avattiin. Kun kanava vihittiin käyttöön vuonna 1914, New Yorkin ja San Fransiscon välisen laivareitin pituus lyheni yli puolella eli 9500 kilometriin.



EU:n panostus rautateiden tutkimukseen

→ EU-komissio panostaa lähes miljoona euroa uuteen julkisten ja yksityisten toimijoiden "Shift-2Rail"-yhteistyöhankkeeseen.

Panostuksen tavoite on tehdä rautatiestä houkuttelevampi kuljetusmuoto, ja EU-komissio sekä yksityiset ja julkiset toimijat jakavat yhteensä 920 miljoonan euron rahoituksen. Rahoituksen kesto on 6 vuotta (2014-2020).



10

Pohjoismaat muodostavat yhdessä maailman kymmenenneksi suurimman talousalueen. Lähde: Dagens Industri



”Lisääntynyt uteliaisuus yhdistettynä hyvien tarjousten ja ainutlaatuisten tuotteiden etsintään saa eurooppalaiset ostamaan entistä useammin ulkomaisista verkkokaupoista.”

PostNord Logisticsin verkkokauppa-asiantuntija Arne Andersson.

JACK RUUS SUNDBY BMW

”Logistiikka on koko yrityksen selkäranka”

BMW:n laatuautojen ja hyvien takuiden yhdistelmällä on luotu laaja ja uskollinen asiakaskunta. Mutta uskollisimmatkin asiakkaat saattavat muuttaa mieltään. Siksi onkin aina oltava askeleen edellä muita varsinkin, kun kyse on logistiikasta.

TEKSTI JENS EKELUND KUVA CHRISTIAN ANDERSSON

BMW:n Etelä-Saksassa Dingolfingissa sijaitsevalta valtavalta keskusvarastolta lähetetään päivittäin varaosia 30 alueelliselle varastolle eri puolille maailmaa. Yksi niistä on Malmössä ja palvelee puolestaan korjaamoja ja jälleenmyyjiä koko Pohjolassa ja Baltiassa.

- Varaosat tulevat ensisijaisesti Dingolfingista, mutta saamme osia myös muista varastoista Saksasta. Esimerkiksi renkaat tulevat Leipzigista tai Hannoverista, Jack Ruus Sundby kertoo.

Hän työskenteli aiemmin 10 vuotta jälkimarkkinointijohtajana Tanskan BMW:llä ja on nyt Malmön varaston logistiikkajohtaja. Ei ole mikään salaisuus, että BMW on yksi kaikkein hienoimmista automerkeistä. Jack Ruus Sundby onkin sitä mieltä, että se on Pohjoismaiden vahvin luksusmerkki.

- Useimmissa Pohjoismaissa BMW:n asiakkaat ovat kaikkein tyytyväisimpiä, ja Tanskassa asiakkaamme ovat lisäksi kaikkein uskollisimpia. Tilanne on ollut tällainen jo vuosia.

TAIDOKKAASTI VALMISTETUT AUTOT ja hyvät takuut selittävät sitä tietysti suurelta osin.

- Tietysti asiakkaat kokeilevat silloin tällöin jotain toista automerkkiä, mutta useimmiten he palaavat takaisin BMW:hen. Autojemme ajomukavuus on loistava, ja ne ovat samalla myös vakaita ja varmoja. Jos jokin menee pieleen, meillä on pätevät jälleenmyyjät, ja asiakkaamme tietävät myös, että mekaanikkomme osaavat työnsä hyvin.

BMW:n tasoinen tavaramerkki edellyttää sitä, että



BMW:n Malmön varaston johtaja Jack Ruus Sundby



InNight - varaosia yön yli Suomeen

Kun helsinkiläinen ja oululainen BMW-jälleenmyyjä tilaavat varaosan, se löytyy Malmön varastosta 92 prosenttisella varmuudella. Iltapäivällä kuljetus lähtee kohti Tukholmaa ja Suomenlauttaa. Toimitus saapuu jo seuraavana aamuna PostNord Logisticsin Turun terminaaliin, ja Helsingin jälleenmyyjä saa varaosan vielä saman iltapäivän aikana. Oululaisella korjaamolla varaosat odottavat asentajaa seuraavana aamuna.

kaikki toimii jouhevasti - myös logistiikka.

- Logistiikka on koko yrityksen selkäranka. Jos emme huolehdi siitä, jälleenmyyjät ovat pahassa pulassa, ja lopulta sen huomaa myös asiakas, jonka auto seisoo korjaamolla liian pitkään. Toimivalla logistiikalla on siis suuri merkitys, jotta saamme toimitettua tavarat nopeasti ja säilytettyä asemamme parhaana luksusmerkinä.

BMW:LLÄ ON PostNord Logisticsin kanssa sopimus muun muassa InNight-kuljetuksista Pohjoismaissa, mikä tarkoittaa sitä, että monet jälleenmyyjät saavat ennen klo 15.00 tilaamansa varaosat heti seuraavana aamuna.

- Koska välimatkat ovat pitkiä Pohjoismaissa ja Baltiassa, kaikkea ei voida lähettää InNight-palveluna. Käytämme siksi myös lentorahtia, jos jotain pitää saada pikaisesti perille.

Hyvä logistiikka on Jack Ruus Sundbyn mukaan sitä, että oikea tuote on oikeaan aikaan oikeassa paikassa.

- Kuulostaa yksinkertaiselta, mutta käytännössä sitä ei ole aina helppo toteuttaa. Lähetämme täältä lähes 1,5 miljoonaa tuotetta vuodessa, joten toimivan järjestelmän eteen nähdään paljon vaivaa, hän sanoo lopuksi. ■

Luotettavalla logistiikalla kulutustavaroita ympäri Euroopan

TEKSTI KAISA KERÄNEN KUVAT GLAMOURETTO

PostNord Logistics ja Direct Link rakensivat yhdessä toimivan kuljetusratkaisun Glamourettolle.

Glamouretto.com:ista voi löytää ostoskoriinsa melkein mitä tahansa. Kyseessä on verkkokauppa, joka tarjoaa ostajilleen mitä erilaisimpia arjen käyttö- ja kulutustavaroita. Tuotevalikoima on laaja, samoin kuin jakeluverkostokin.

Glamouretton tuotteet matkaavat Suomesta ympäri Eurooppaa Grouponin diileihin. PostNord-yhtiöihin kuuluvat PostNord Logistics ja Direct Link ovat yhdessä rakentaneet toimivan logistiikkaratkaisun Glamourettolle, mikä tarkoittaa nopeita ja luotettavia toimituksia niin pieninä kuin suurinakin lähetyksinä.



Glamouretton toimitusjohtaja Jouni Mörsky.

GLAMOURETTON TAVOITTEENA on tarjota asiakkailleen kuluttajatuotteiden uusimpia tuulia. Yrityksessä seurataan tarkasti, mitä maailmalla tapahtuu ja millaiselle tavaralle on kysyntää. Uusia tuotteita valikoimaan etsitään aina Kiinasta asti.

- Yksi työntekijöistämme työskentelee Kiinassa ja raportoi meille jatkuvasti markkinoiden uutuuksista. Viimeisimpiä myyntihittejä viime kuukausina ovat olleet muun muassa höyrymopit, miniläppäripöydät, erilaiset Bluetooth-tuotteet sekä korsetit, kertoo Glamouretton toimitusjohtaja Jouni Mörsky.

Verkkokaupan laajasta tuoterepertuaarista johtuen tuotteiden koko vaihtelee, mikä asettaa vaatimuksia myös logistiikalle. Kotimaahan sekä muihin Pohjoismaihin lähetettävät isommat paketit kulkevat PostNord Logisticsin



Digitaalinen ranneverenpainemittari kuuluu Glamouretton hyvinvointituotteisiin.

MyPack-pakettipalvelulla perille muutamassa päivässä. Direct Link huolehtii puolestaan muualle Eurooppaan suuntautuvista kirje- ja pienpakettilähetyksistä. Direct Linkin maajohtaja Jouni Lamberg kertoo yhteistyön toimineen erinomaisesti.

- Tarkoituksena on ollut tarjota asiakkaalle kokonaispalvelu, jossa on mahdollisuudet yksilöllisiin ratkaisuihin. Kun kyseessä ovat ns. kansainväliset postilähetykset, PostNord Logisticsin auto noutaa tavaran Glamouretton varastolta Tampereelta ja kuljettaa sen Direct Linkin terminaaliin Vantaalle. Siellä Direct Link valmistelee lähetykset, jonka jälkeen ne lähtevät lentämällä maailmalle, kertoo Lamberg.

JOUNI MÖRSKY kiittelee toimivaa logistiikkaratkaisua, joka mahdollistaa Glamourettolle räätälöidyt palvelut. Kumppanuudessa olennaista on tällöin sujuva kom-

munikointi puolin ja toisin, mikä on Mörskyn mukaan toiminut koko ajan hyvin. Tämän lisäksi olennaista Glamourettolle kuljetuspalveluissa on ennen kaikkea niiden luotettavuus sekä kilpailukykyinen hinta.

- Tärkeintä logistiikkapalveluissa meille on, että paketit löytävät perille. Lisäksi ratkaisee tietysti hinta, sillä liiketoiminnassamme logistiikkakulut määräävät pitkälti tuotteille asetettavat hinnat. Näihin olemme olleet tyytyväisiä, kiittelee Mörsky.

Glamouretossa uskotaan verkkokauppaan myös tulevaisuudessa, ja syytä niinkin, sillä se onnistui vuonna 2013 tuplaamaan liikevaihtonsa edellisvuoteen verrattuna.

- Verkkokauppa on ehdottomasti tätä päivää. Suomessa tullaan hieman Ruotsia jäljessä, mutta nousujohteesta ollaan. Helppous on verkkokaupan suurin valtti, sanoo Mörsky.

”Tärkeintä logistiikkapalveluissa meille on, että paketit löytävät perille. Lisäksi ratkaisee tietysti hinta, sillä liiketoiminnassamme logistiikkakulut määräävät pitkälti tuotteille asetettavat hinnat. Näihin olemme olleet tyytyväisiä.”



Verkkokaupasta voi tilata itselleen vaikka kannettavalle tietokoneelle tarkoitetun pöydän.



Tulevaisuus lähestyy

Harva logistiikkavastaava ehtii pohtia tulevaisuuden uusille logistiikkaratkaisuille asetettavia haasteita. Tämän hetken menestysreseptit voivat olla tulevaisuuden hautakiviä, ja se joka ei nosta katsettaan ja suuntaa sitä eteenpäin, saattaa pudota matkan varrella kyydistä. Keskustelimme Pohjoismaiden johtavien asiantuntijoiden kanssa siitä, mikä meitä odottaa nurkan takana.

TEKSTI HILDA HULTÉN KUVITUS CHRISTINA HAGERFORS / POPILL

Avaa





Kuuma loppukesän ilma roikkuu raskaana katujen yllä ja kosteus takertuu ihoon ja vaatteisiin. "Hei Isak! Vuonna 2057 käytit 46 prosenttia tuloistasi ruokaan. Jos voisimme päättää, tuo luku puolittuisi..." Vuoden 2058 vaalit lähestyvät ja puolueet toitottavat sanomaansa vuoden kuumasta aiheesta, elintarvikkeiden hintojen laskemisesta, personoiduilla ponnahdusheijasteillaan, joista ohikulkijat näkevät hymyileviä kasvoja.

Suurkaupungin pienen sataman laituri on täynnä sähköautoja ja ihmisiä rullavauvuineen, laukkuineen ja polkupyörineen. Lokkien kirkuna sekoittuu tuhansien aurinkoenergialla toimivien tavaralennokkien lakkaamattomaan surinaan niiden täyttäessä ilmatilan ja lennellessä edestakaisin tavarakuormineen. Kaikkiällä on aidattuja alustoja, joille kulkuneuvot laskeutuvat ja joilta ne nousevat.

Polkupyörälähetti ahtautuu työkaverineen kaupunginosan tuontitavaroiden yhteisjakelukeskuksen luo ja katsoo merelle, missä rahtialus juuri laskee purjeitaan vaihtakseen sitten sähkömoottoriin, jonka avulla se kulkee viimeisen etapin satamalaituriin. Kuorma on pian purettu, tunnuslevyt luettu ja tavarat jaettu. Lennokit nousevat kevyempine tavaroineen ilmaan ja tavaralähetti liukuu pyörineen hoitamaan lähialueen suoria toimituksia.

Pikkukadulla kaupungin keskustassa mies

raahautuu paikalliselle vaatetehtaalle olallaan säkillinen muovia ja tekstiilejä. On liian kallista tilata uusia tulostettuja vaatteita ilman, että on tarjota jotain palautettavaa vaihdossa. Hän jättää materiaalinsa ja lukee tilauksensa, ja vanha 3D-tulostin yskii tilauksen ulos. Mies lähtee ulos mukanaan pieni pussillinen uusia vaatteita.

Epävarma tulevaisuus

- Kuvaamasi skenaario on melko dystooppinen ja hyvin äärimmäinen, kommentoi tulevaisuudentutkija Carsten Beck Kööpenhaminan tulevaisuudentutkimuksen instituutista CIFS:stä.

Hän on ollut tulevaisuudentutkija melkein koko työuransa ajan ja työskennellyt CIFS:ssä 24 vuotta. Carsten Beckin näkemys tulevaisuudesta on optimistinen.

- Uskon, että useimmat liikkumiseen liittyvät ongelmat voidaan ratkaista uusien teknologioiden avulla. Sillä tavoin luodaan tulevaisuus, joka on sekä kestävä että tyydyttää ihmisten tarpeet ja vaatimukset.

Polttoainekriisin vaara

Tulevaisuudesta on kirjoitettu kasapäin raportteja, tutkimuksia, kirjoja ja blogeja. Hyvä sekoittuu pahaan ja kirjoituksissa on kaikkea aina utopioista, joissa tekniikan kehitys tuo mukanaan ihmemaailmoja ja joissa nälkä ja

sota ovat vain kaukaisia muistoja, kauhusekkaarioihin, joissa talous ja ilmasto ovat romahtaneet.

Aloitustilanne on keksitty mutta ajatuksia herättävä. Se koskettaa joitakin yleisiä tulevaisuusteorioita. Yksi niistä on polttoainekriisi ja täydellinen nykyisten kuljetusjärjestelmien muutos. Toinen on yksilöllinen ja paikallinen 3D-tulostus, jossa tuotteiden sijaan tavaravirran muodostavatkin raaka-aineet. Myös verkkokauppajätti Amazon

uskoo kivenkovaan siihen, että tulevaisuuden tavaratoimitukset tehdään lennokeilla.

Tulevaisuus on monimutkainen, ja oikean ennusteen toteutumisen todennäköisyys pienenee

nopeasti, mitä kauemmas tulevaisuuteen mennään. Carsten Beckin mukaan jo 30-50 vuoden päähän tehdyt ennusteet ovat liian pitkiä.

- Olemme todenneet, että kymmenen vuotta on sopiva aikaväli tulevaisuudentutkimukselle. Jos puhutaan lyhyemmästä ajasta, on helppo sekoittaa nykyisyyttä tuleviin näkyimiin ja vaikea olla visionääri. Jos aikaväli on pidempi, näkymät muuttuvat helposti liian abstrakteiksi ja vaikeasti ennakoitavaksi.

Vuonna 2012 CIFS ja Carsten Beck julkaisivat PostNordin tilauksesta raportin tulevaisuuden kuljetuksista (FORSYN2021, PostDanmark).



Carsten Beck.



- Meitä oli hankkeessa kymmenen. Kahdeksan logistiikan asiantuntijaa, yksi antropologi ja minä. Raportista sai käsityksen logistiikka-alan vaatimuksista kymmenen vuoden aikaperspektiivillä.

Suurimman annin saimme antropologilta.

- Hän esitti oikeita kysymyksiä, jotka pakottivat meidät muut laajentamaan näkemyksiäm-

me ja pohtimaan pidemmälle, kuten "haluatko asiakkaat todella, että tämä tehdään tulevaisuudessa näin?".

Tulimme siihen tulokseen, että yhteistyötä on lisättävä.

- Yritysten on ryhdyttävä tekemään enemmän yhteistyötä ja rakennettava yhteisiä logistiikkaratkaisuja, kuten yhteistä kaupun-

kijakelua ja yhteisiä verkkokaupparatkaisuja.

Carsten Beck reagoi myös yritysten kustannusrakenteeseen.

- Olin hämmästyneenä, miten suuri prosentuaalinen osuus kustannuksista tulee jalostusketjusta ja logistiikasta.

- Yritysten kannattaisi kohdistaa luovuus ja innovaatiokykynsä logistiikkaan ennemmin kuin muotoiluun tai tuotekehittelyyn.

Tulevaisuustekijöitä A:stä Ö:hön

Näillä voi olla suuri vaikutus tulevaisuuden logistiikkaan

Fossiilisten polttoaineiden puute

Raaka-ainepulasta tai poliittisista muutoksista johtuva polttoainepula voi merkitä huomattavasti korkeampia öljyn hintoja, mikä puolestaan estää nykyisen kaltaiset kuorma-autokuljetukset ja edellyttää uusien kuljetusvaihtoehtojen ja tekniikoiden keksimistä.

Globalisaatio

IT-vallankumoukseen ja entistä suurempiin maailmanlaajuisiin markkinoihin liittyvä suuntaus muuttaa kauppaa ja logistiikkakarttaa. Suuntaus voi kuitenkin kääntyä poliittisten tekijöiden vuoksi niin, että kaupan esteitä lisätään ja globalisaatio vähenee.

Tekniikan harppaukset

Kehitys ja uudenlainen

tekniikka, joka sivuuttaa nykyiset tekniikat, voi vaikuttaa logistiikkaan ja tulevaisuuden kuljetuksiin.

Kaupungistuminen

Kasvat megakaupungit ovat maailmanlaajuinen ilmiö. Nopea kasvu johtaa huonompiin liikenneyhteyksiin ja tarpeeseen kehittää uusia kuljetusratkaisuja. Megakaupunkien elintarvike- ja tuotehuolto ovat haaste logistiikalle.

Vesi- ja elintarvikehuolto

Vesipula on todellinen maailmanlaajuinen ongelma, ja vesi- ja elintarvikehuollon arvellaankin jatkossa olevan yksi suurista konfliktinaiheuttajista joiden vuoksi väestö muuttaa, talous muuttuu ja syntyy sotia.

Vallansiirto maailmassa

Maailmantalouden muutokset, kuten Kiinan ja Intian taloudellisen merkityksen lisääntyminen, vaikuttavat globaaliin logistiikkaan. Nykyinen suuntaus siirtää maailmanvaltaa itää kohti.

Lisääntynyt lähikauppa

Kasvat markkinat ja lisääntynyt globalisaatio kohtaavat kuluttajälhtöisen vastasuuntauksen, jossa markkinat muuttuvat globaaleista paikallisiksi ja jossa esimerkiksi lähellä tuotettujen elintarvikkeiden ja kulutustavaroiden kulutus kasvaa.

Parempi saatavuus

Verkkokaupan, globalisaation, asiakkaiden suurempien vaatimusten jne. myötä saatavuudelle asetettavat haasteet kovenevat.

"Nostakaa katseenne"

Useimmissa yrityksissä keskitytään päivittäiseen toimintaan, Carsten Beck huomauttaa.

- Johto ajaa takaa tuloslaskelmia eikä ehdi keskittymään tulevaan. Jos ei välillä nosta katsettaan ja tarkkaile ympäristön suuntauksia, voi myöhemmin epäonnistua.

- Monia tämän päivän menestysresepteistä ei tulevaisuudessa ole enää olemassa.

Hänen väitteensä vahvistavat Harvard Business Schoolin tutkimus, jossa selvitettiin, miten 1990-luvun menestyksekkään yritykset ja liikeideat voivat nyt.

- Vain puolet niistä liikeideoista, jotka olivat todella menestyksekkäitä 90-luvulla, on jäljellä nyt kymmenen vuotta myöhemmin.

Esimerkkiyrityksiä ovat Dell, Motorola, Kodak, Yahoo ja Toys "R" Us, jotka olivat loistonsa päivinä alansa markkinajohtajia mutta taistelevat nyt hengissä pysymisestään.

- Yritykset, jotka eivät osaa esittää oikeita kysymyksiä ja kehittää kestäviä strategioita, kuihtuvat pois.



Kehitys ei ole aina kannattavaa

Useimpien logistiikkayritysten arki kuluu kuljetusneuvotteluissa, toiminnan tavoitteiden, avainlukujen ja akuuttien pulmien ratkaisemisen parissa. Läheskään kaikki eivät saa mahdollisuutta ja johdon luottamusta testata uusia ratkaisuja tulevaisuutta silmällä pitäen.

Mutta poikkeuksiakin on. Elintarvikeyritys Finduksen logistiikkajohtaja Måns Böös johtaa useita hankkeita, joissa kehitetään tehokkaampia kuljetuksia ja pienempiä hiilidioksidipäästöjä.

- Olemme muun muassa ottaneet selvää High Capacity Transportista eli HCT:stä, uusista junareiteistä Ranskan Boulogne-Sur-Meriin ja kylmäkuljetuksista Espanjaan ja Portugaliin laivoilla, joissa on syöttölinjat.

Findus on testannut muun muassa Ruotsin Helsingborgin ja Norjan Mossin välisellä matkalla HCT-ajoneuvoa 25,25 metrin perävaunulla, johon mahtuu yksi ylimääräinen lavapyörä. Hankkeen myötä hiilidioksidipäästöt ja toimituskerrat vähenivät.

- Tavoittelemiamme kustannussäästöjä emme kuitenkaan saavuttaneet. Koska vain pohjoismaiset kuljettajat ajavat pitkiä kuorma-autoja, palkkakustannukset olivat suuremmat kuin ulkomaisille perusmittaisilla perävaunuja kuljettaville kuljettajille maksettaessa.

Suuremmat kuljetukset tarkoittavat sitä, että sidotaan entistä enemmän pääomaa ja kuormitetaan vastaanottavaa varastoa.

- Sisäinen palvelutaso heikkenee. Haittoja tuli yhteensä enemmän kuin etuja, ja siksi keskeytimme hankkeen tällä erää.

Uusia päästömääräyksiä

EU:n uusi rikkidirektiivi, jossa merenkulun päästörajoiuksia SECA-alueella (Itämeri, Pohjanmeri ja Englannin kanaali) kiristetään 1. tammikuuta 2015 lähtien, voi sekin panna

Finduksen laivakuljetuksille kapuloita rattaisiin.

- Kun on kyse syöttöaluksista Espanjaan ja Portugaliin, rikkidirektiivi synkentää näkymiä. Nykyisin laivakuljetukset maksavat kymmenesosan maantiekuljetuksesta, mutta uudet määräykset voivat muuttaa tilannetta.

Findus on yrittänyt myös aloittaa yhteistyötä oman kuljetussuunnitelman kanssa Italiaan.

- Italian hernevientimme sopisi hyvin täydentämään Italian hedelmä- ja vihannesvientii Pohjoismaihin.

- Jos voisimme vuokrata kuljetuskalustoa

"Nykyisin laivakuljetukset maksavat kymmenesosan maantiekuljetuksesta, mutta uudet määräykset voivat muuttaa tilannetta."

yhdessä muiden tavaranomistajien kanssa, meidän ei tarvitsisi käyttää kuljetusyritysten palveluita ja siten säästäisimme kustannuksia.

Koska hedelmät ja vihannekset ovat kasvukauteen sidottuja, on vaikea löytää sopivia yhteistyökumppaneita, jotka ovat valmiita jakamaan riskit.

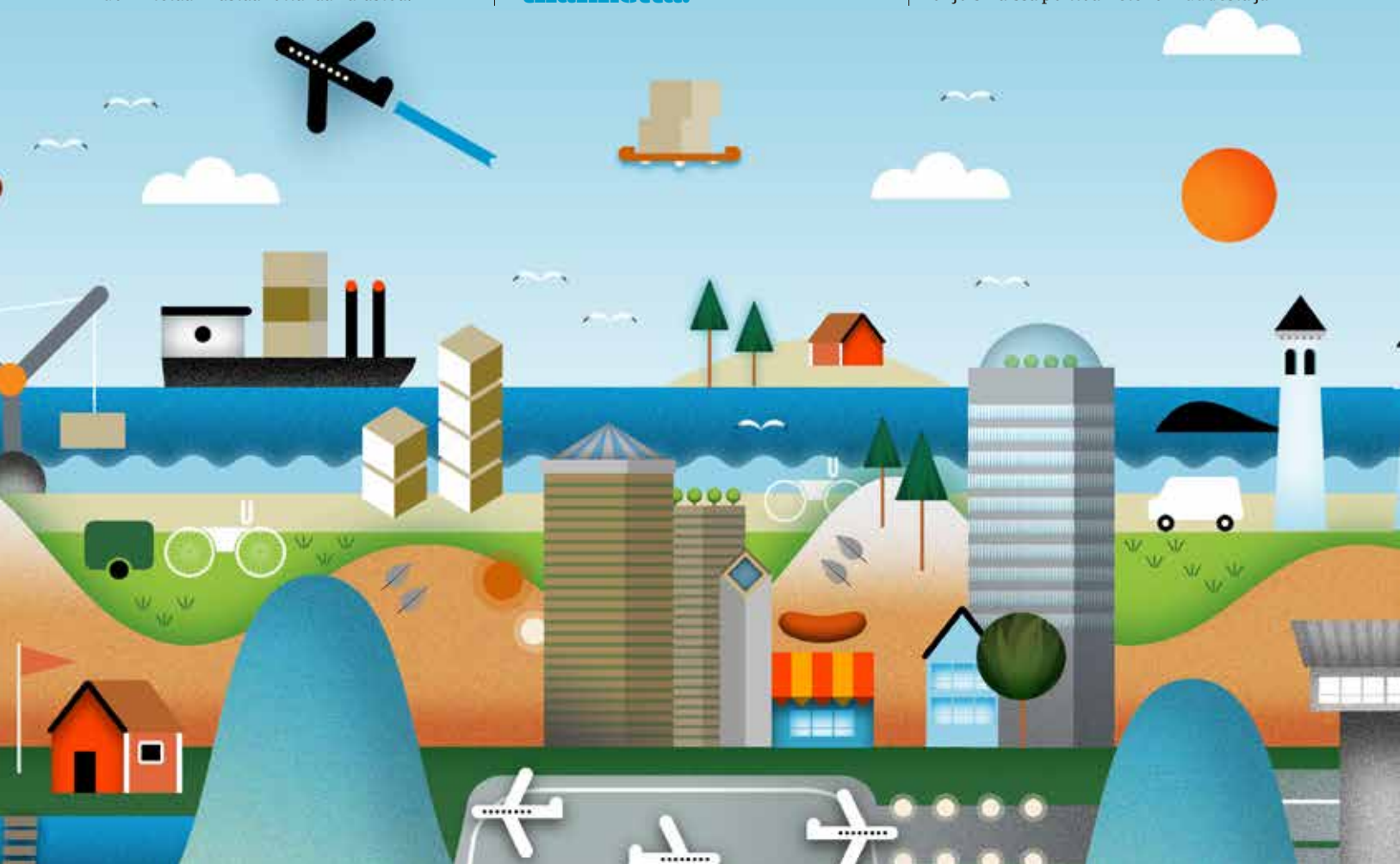
- Ajoitus asettaa suuria haasteita. Kylmä- ja pakastekuljetukset ovat ajallisesti herkkiä, ja tarvitsemme vähintään 35 kuorma-autoa viikossa. On verrattava mahdollisuuksia riskeihin. Se olisi ollut loistava ratkaisu, mutta toistaiseksi emme ole löytäneet sopivaa yhteistyökumppania.

- Logistiikkajohtajan työ on hyvin vaativaa. On uskallettava kokeilla uusia ratkaisuja, löydettävä yhteistyökumppaneita ja yritettävä sijoittaa logistiikka järjestelmäajatteluun.

Logistiikka-ala laahaa perässä

Lauri Ojala on Turun kauppakorkeakoulun logistiikkaosaston professori ja johtaja. Hän on tunnettu nimi logistiikka-alan kansainvälisissä piireissä, ja harvalla on parempi yleiskäsitys Pohjoismaiden logistiikasta kuin hänellä. Hän jos joku osaa ennustaa, miltä Pohjoismaiden tulevaisuuden logistiikka näyttää.

Lauri Ojala julkaisi hiljattain kahden kollegansa kanssa tieteellisessä julkaisussa artikkelin "Transport and Logistics Developments in the Baltic Sea Region until 2025". Artikkelissa luetellaan joitakin tärkeimpiä tekijöitä, jotka vaikuttavat logistiikkaan ja kuljetuksiin Pohjoismaissa polttoainetehokkuudesta ja



tuottavuudesta aina tekniikan kehitykseen, edullisiin maihin ulkoistamiseen ja maantie- ja rautatieinfrastruktuurien kapasiteettiva- jeseen.

- Logistiikassa suuria kustannustekijöitä ovat tulevaisuudessa tiukemmat sosiaaliset, ympäristöön sekä turvallisuuteen liittyvät määräykset ja vaatimukset, Lauri Ojala toteaa.

Logistiikka-ala ei myöskään ole innovatiivisimmasta päästä. Siksi uusiin vaatimuksiin sopeutuminen on erityisen tuskallista.

- Logistiikka ala kulkee kehittämismieles- sä jälkijunassa, ja minun on vaikea kuvitella, että se muuttuisi merkittävästi innovatiivi- semmaksi tai tutkivammaksi jatkossakaan. Niinpä uusiin määräyksiin ja asiakkaiden tarpeisiin mukautuminen maksaa.

Keskeisenä kysymyksenä Lauri Ojala pitää yrityksen tietoja omista prosesseista ja tavaravirroista.

- Omaan toimintaan liittyvät tiedot ja tai- dot ovat tulevaisuudessa nykyistä tärkeäm- piä, kuten myös kyky sopeuttaa nopeasti omaa kapasiteettia kysyntään.

- Tästä voi seurata toiminnanjohtoon ja tietotekniikkaan erikoistuneiden konsulttien ja palveluyritysten lisääntyminen.

Polarisoituminen lisääntyy

Kaikkia koskevana suuntauksena hän pitää valtateskusten siirtymistä Venäjälle ja Aasiaan.

- On selvästi nähtävissä talouden vallan

siirtyminen Kaukoitään, mikä vaikuttaa logistiikkaan myös Itämeren alueella.

Tulevaisuutta luomassa

Tulevaisuudentutkimuksessa ei ole kyse vain tulevaisuuden ennustamisesta, vaan tutkimusta tehdään myös siksi, että osataan toimia oikein haluttujen tavoitteiden saavut- tamiseksi tulevaisuudessa. Henrik Pålsson

työskentelee Lundin yliopiston pakkauslogis- tiikan osastolla. Hän on osallistunut vuodesta 2009 lähtien poikki- tieteelliseen ympäris- töhankkeeseen LETS Gods 2050, joka päättyi syksyllä 2013.

- Hankkeessa haluttiin keksiä keinoja oh- jata yhteiskuntaa kohti hiilidioksidittomuut- ta vuoteen 2050 mennessä. Tavarakuljetuk- set ovat yksi tavoitteen suurista haasteista.

Logistikkojen lisäksi hankkeeseen osallis- tui monen eri alan tutkijoita. Henrik Pålsson työskenteli muun muassa talousmaantietei- lijöiden kanssa. Heillä on teorioita siitä, miten maailmantaloudessa on nähtävissä noin 40-50 vuoden syklejä, joissa puolestaan on kaksi vaihetta: noin 15 vuoden muutosvaihe ja noin 30 vuoden järjeistämävaihe.

- Muutosvaiheessa yhteiskunnassa tapah- tuu suuria teknisiä kehitysaskelaita ja järjeistä- misvaiheessa tekniikoita tehostetaan.

Teorioiden mukaan edellinen muutosvai-

he oli 1980-luvun IT-vallankumous.

- Jos teoriat pitävät paikkansa, seuraava tekninen vallankumous tulee pian vuoden 2020 jälkeen.

Näitä teorioita sovelletaan nyt ensimmäis- tä kertaa kuljetuspoliittisiin tarkoituksiin.

Raportissa todetaan, että tavarakuljetuk- sille vuoteen 2050 mennessä asetetut poliit- tiset päästötavoitteet eivät ole saavutettavis- sa yksinomaan määräyksillä ja teknisillä ratkaisuilla.

- Hiilidioksidipäästöjä on vähennettävä 80 prosenttia vuoteen 1990 verrattuna, ja sen on tapahduttava vuoteen 2050 mennessä.

Se ei onnistu ilman suuria rakennemuutoksia.

Lopuksi hän toteaa, että tulevaisuutta ei ole kiveen hakattu vaan on ihan jokaisen vastuulla ohjata sitä haluttuun suuntaan.

- Päästövähennykset luovat markki- naetuja ja pitkän aikavälin kilpailuvoimaa. Yritys, joka onnistuu luomaan sisäisen motiivin työstää ympäristökysymyksiä ja vähentää päästöjä, onnistuu paremmin ja ansaitsee parhaiten ympäristötyöllään.

- Tavarat omistajan näkökulmasta on vaikea ajatella niinkin kaus kuin vuoteen 2050. Kuljetuksiin liittyviä päästöjä voidaan kuitenkin vähentää monella tapaa tehokkaam- milla kuljetuksilla, paremmilla täyttöasteilla ja uuden tekniikan avulla. Tulevaisuus on meidän kaikkien vastuulla. ■



Lauri Ojala.



Amazon uskoo lennokkeihin

Verkkokauppajätti Amazonin konsernihoitaja Bezosin mukaan kiireelliset tilaukset lennä- tään tulevaisuudessa perille oktokoitereilla eli lennokeilla. Konseptin nimi on Prime Air, ja yrityksellä on jo nyt prototyyppejä ja filme- jä, joissa näkyy, miten kuljetukset hoituvat. Ajatuksena on se, että tilatut tavarat ovat asiakkaan luona puolessa tunnissa. Amazon ilmoittaa, että lennokkitoimitukset tulevat markkinoille jo vuonna 2018.

Kurkistus kuormaan

Juhlavuoden kunniaksi Muumi-muki saa silmälasit

MUUMIAIHEISIA tuotteita löytyy aina kirjoista ja leluista astioihin ja tekstiileihin. Yksi suosituimmista tuotteista on kuitenkin Muumi-muki, jonka suosio ei tunnu laantuvan. Uusin tulokas tässä sarjassa on Tove Janssonin juhlavuoden kunniaksi luotu Toven juhla -muki. Tove Slotten kuvittaman juhlasarjan inspiraationa on vuonna 1977 ilmestynyt Vaarallinen matka -kirja. Tarinassa Susannan lasit katoavat, mutta hän löytää niiden tilalle uudet. Näiden uusien lasien läpi maailma näyttääkin aivan toisenlaiselta.

Rajoitetun ajan saatavilla olevaan juhlavuoden mukiin on ikuistettu hetki Muumien puutarhajuhlilla. Juhlavuoden erikoisuutena joka kuudennen mukan sisäpuolelta löytyy silmälasit. Innokkaimpien keräilijöiden sanotaan hullautuneen tästä erikoismukista ja käyneen kauppojen hyllyjen äärellä niistä jopa pienimuotoisia kiistoja!

Juhlavuosi 2014

Muumien luoja Tove Janssonin (1914–2001) syntymästä tulee vuonna 2014 kuluneeksi 100 vuotta. Vuosi on nimetty rakastetun taiteilijan juhlavuodeksi, ja sitä vietetään eri tavoin ympäri maailmaa koko vuoden ajan. Arabia juhlii taiteilijaa rajoitetun ajan saatavilla olevalla Toven juhla -sarjalla. Jokaisesta tuotteesta lahjoitetaan kaksi euroa UNICEF:ille, joka tukee lasten koulutusta ympäri maailmaa.



Ensimmäinen Muumi-muki 1950-luvulta

Muumi-mukien tarina alkaa jo 1950-luvun lopulta, jolloin niitä valmistettiin osana lastenastiastoja. Todenlinen Muumi-buumi alkoi vuonna 1990, ja sen jälkeen yksittäisiä mukeja on valmistettu jo yli 60 erilaista.

Valikoima kasvaa

Joka vuosi Muumi-mukien valikoimaan tulee 1-2 uutta versiota, minkä lisäksi valmistetaan vuosittain kesä- ja jouluseasonkimikit.

Keräilykohde

Mukeista on tullut suosittu keräilykohde, ja harvinaisimpien kappaleiden hinnat voivat nousta satoihin - ja jopa tuhansiin euroihin.

Kuvitukset Tove Slotten käsialaa

Mukit ovat Arabian valmistamia, ja niiden kaikki kuviot perustuvat Tove Janssonin alkuperäiskuviiin. Suurimman osan mukien kuvituksista keramikalle on vastannut suomalainen kuvittaja Tove Slotte.

Muumien tarina jatkuu verkkokaupassa

Jo vuosikymmenten ajan suomalaisia ihastuttaneille Muumeille kuuluu hyvää. Satuhahmot ovat tarinoillaan löytäneet tiensä suomalaisten sydämiin lisäksi ulkomaille, missä ne ovat nyt suosituimpia kuin koskaan. Muumien ensimmäinen virallinen verkkokauppa avautui marraskuussa 2013, ja sen tavoitteena on tarjota maailman laajin muumituotevalikoima. PostNord Logistics on mukana viemässä Muumien tarinaa perille - myös ulkomaille.

TEKSTI KAISA KERÄNEN KUVAT ALL THINGS COMMERCE HELSINKI

MUUMITUOTTEITA on ollut kuluttajille kaupan jo 1950-luvulta lähtien. Vaikka tuotteita on myyty useiden jälleenmyyjien toimesta Suomessa jo pitkään, on niiden saatavuus ulkomailta ollut tähän asti heikompa. Nyt asiaan on tullut kuitenkin muutos, sillä uusi Muumien virallinen verkkokauppa avasi virtuaaliset ovensa marraskuussa 2013. Verkkokaupan takana on suomalaisen Motley Agencyn perustama All Things Commerce Helsinki Oy.

- Perinteiset jälleenmyyjien kivijalkamyymälät eivät enää riitä, vaan brändien on alettava myymään itse. Muumit ovat kansainvälinen brändi, mutta heiltä on puuttunut virallinen verkkokauppa, joka toisi muumituotteet kaikkien saataville. Varsinkin ulkomaisia faneja uusi verkkokaupamme palvelee entistä paremmin, sanoo Motley Agencyn toimitusjohtaja Jens Krogell.

MUUMITUOTTEET VARASTOIDAAN ja pakataan PostNord Logisticsin varastolla Turussa, josta ne toimitetaan suoraan asiakkaan lähimpään noutopisteeseen verkkokauppaan tulleiden tilausten perusteella. PostNord Logisticsin tarjoamaa kokonaispalveluratkaisua pidettiin muumituotteiden kannalta parhaimpana vaihtoehtona sen riskittömyyden ja nopean skaalautuvuuden takia.

- Meillä on valikoimassamme särkyviä tuotteita, mikä asettaa niin keräilylle, varastoinnille kuin kuljetuksillekin erityisiä vaatimuksia. PostNord Logisticsin tehokas ja moderni varasto teki meihin heti vaikutuk-

sen, sillä tuotteiden on pysyttävä ehjinä ja hyvässä kunnossa asiakkaalle asti, korostaa Krogell.

MUUMITUOTTEITA on PostNord Logisticsin Turun varastossa noin 500 nimikettä. Tuotevalikoima tulee kasvamaan entisestään etenkin sisustuspuolella, sillä valikoimaan on tulossa yhä enemmän kodintekstiilejä sekä arjen käyttötavaraa. Muumihahmot luoneen Tove Janssonin syntymästä tulee

tänä vuonna kulu-neeksi 100 vuotta, ja myös uniikkeja juhlatuotteita on tulossa myyntiin. Juhlavuoden myötä myös verkkokauppa saa laajaa globaalia näkyvyyttä.

- Verkkokaupan tulevaisuus näyttää valoisalta, ja Suomessa on paljon muitakin hyviä brändejä, joilla olisi mahdollisuus onnistua ulkomailta. Yrityksessämme on vahva usko omaan tekemiseen ja siihen, että globaalia toimintaa voi harjoittaa myös Suomesta käsin, sanoo Krogell.

TULEVAISUUDESSA All Things Commerce ja PostNord Logistics aikovat yhdessä panostaa Muumituotteiden pakkausmateriaalien ja kuljetusten ekologisuuteen - onhan luonto tärkeä arvo myös Muumeille. Muumituotteen ostajan elämyksen halutaan alkavan jo ennen paketin avaamista. Mutta mikä on jo vuosikymmeniä ihastuttaneiden Muumien suosion salaisuus?

- Muumitarinoiden sisältö sekä arvot ovat vahvoja, ja niihin voivat samaistua niin lapset kuin aikuisetkin. Mukana on paljon tunteita, ja tarinat sisältävät viestejä, joita lapset ja aikuiset tulkitsevat eri tavoin. Muumit ovat ajattomia, ja siksi niiden tarina jatkuu, sanoo Krogell. ■



Motley Agencyn toimitusjohtaja Jens Krogell.



Tekniikka

TEKSTI EVA-LOTTA SIGURDH

Muistilista:

Mobiilisovellukset

Verkkosivuston mukauttaminen mobiilikäyttöön soveltuvaksi tarkoittaa paljon muutakin kuin samojen asioiden tekemistä pienemmältä näytöltä käsin. Mobiililaitetta käytetään aivan eri tavalla kuin tietokonetta, mikä tarkoittaa myös erilaisia haasteita.

1 Nopeus

Varmista, että tieto siirtyy nopeasti, jotta käyttäjän ei tarvitse odotella etsiessään lisätietoja tuotteesta tai maksuprosessista. Kun kaistaleveys on esimerkiksi pienempi kuin 3G, on tärkeää, että mobiiliverkko on nopea.

2 Esitystapa

Poimi pullasta rusinat. Mitä pienempi näyttö, sitä tärkeämpää on välittää selvää ja ytimekästä tietoa. Käytä rohkeasti hyväksi sivuston testaamista ja valitse vaihtoehtoista se, joka saa parhaat tulokset.

3 Maksaminen

Vältä hankalia ja turvallisuuden kannalta vaarallisia luottokorttitietoihin liittyviä vaatimuksia. Vähennä esteitä kytkemällä henkilötunnus maksutapahtumaan tai käyttämällä perinteistä laskutusta.

4 Toiminnot

Huolehdi siitä, että esimerkiksi maksamisessa on mahdollisimman vähän vaiheita. Mieti tarkkaan, mitkä vaiheet ovat oikeasti tarpeellisia ja tiivistä toimintoja.

5 Tuoteviestintä

Selkeys on kaiken A ja O, kuten myös digitaalisten mahdollisuuksien luova käyttö. Video ja 3D ovat siitä hyviä esimerkkejä, samoin kuin toiminnan kytkemisen sosiaaliseen mediaan, kuten esimerkiksi suppean alan digitaalisiin alustoihin, joilla on paljon tärkeitä kävijöitä.



Mobiilisovellusten esiinmarssi

Vajaa viidennes kaikista Ruotsin verkkokaupoista on viime vuosina mukauttanut palvelunsa mobiililaitteille sopiviksi. Kehitys on edennyt räjähdysmäisesti sen jälkeen kun älypuhelimet tulivat markkinoille.

- Pian pääsemme taatusti sataan prosenttiin, Softronic-konsulttiyrityksen digitaalisten strategioiden johtaja Daniel Chow arvelee ja kertoo käyttäjäkokemuksen olevan



Daniel Chow.

tulevaisuuden suurin haaste. Vaikka yritys olisi muuten päässyt pitkälle verkkosivun mukauttamisessa, sillä on vielä pitkä matka edessään, ennen kuin näyttö on onnistuttu sovittamaan luotettavasti mobiililaitteisiin ja viestintä on nopea ja hyvin toimiva. Tämä ei ole niinkään haaste tekniikan kehittymiselle, vaan kyse on siitä,

että saadaan verkkokauppayritykset käyttämään uutta tekniikkaa oikealla tavalla.

- Yleisin virhe on ahtaa liikaa tietoa näytölle. Näin tehdään sen sijaan, että digitaalisia asiakas kohtaamisia testattaisiin etukäteen, jotta saataisiin selville, mitä asiakkaat haluavat eniten, kertoo Daniel Chow, jonka mielestä muotialalla on päästy pisimmälle nykyaikaisessa mobiilimukauttamisessa. Elektroniikka-ala ja pankit tulevat heti sen kannoilla.





Elintarvikeketju muuttaa verkkoon

Elintarvikeketju Morrisons avasi tammikuussa verkkokaupan, joka tarjoaa myös kotiinkuljetuspalvelua. Morrisonsin tavoitteena on pystyä tarjoamaan puolelle Isosta-Britanniasta kotiinkuljetuspalvelut vuoteen 2015 mennessä.

- Morrisonsin liiketoiminta on nyt todellakin

monikanavaista, ja sen verkkotarjonnasta tulee markkinoiden johtaja, kun on kyse arvosta ja palveluista, Logistics Manager -lehden toimitusjohtaja Dalton Philips sanoo.

- Tämän lähemmäs on vaikea päästä sitä koke-musta, että on itse kaupassa valitsemassa tavaroita.

Kysytään neljältä



Jostein Tuhus Sorli, Komplett Groupin kehitysjohtaja



Edvard Bergström, Nokian Skandinavian viestintäjohtaja



Claus Bunkenborg, Danske Bankin kanavahallinnan johtaja



Björn Herstad, animail.se -eläintarvikeliikkeen tekninen johtaja ja perustaja

→ **Mitä kanavia käytätte nykyisin myyntiin?**

- Tietokonetta, mobiililaitteita ja kymmenkuntaa myymäläämme.

- Myymälöitä, verkkoa ja mobiililaitteita.



- Konttoria, puhelinpankkia ja digitaalisia kanavia, kuten verkkoa ja mobiililaitteita.

- Kaikkia. Eli tietokonetta, lukulaitteita, mobiililaitteita, puhelinmyyntiä ja tavallista myymälää.

→ **Miltä mobiili-sovelluksenne näyttää?**

- Meillä ei ole responsiivista sovellusta, vaan kotikutoinen ratkaisu, joka on rakennettu omalla tietojärjestelmällämme. Vierailija ei kuitenkaan huomaa mitään muuta eroa responsiiviseen ratkaisuun nähden kuin, että mobiilissa näkyvä verkko-osoite vaihtuu. **Johdamme liikennettä itse sen mukaan, mitä näyttöä kulloinkin käytetään.**

- Meillä on responsiivinen mobiilsovellus sekä Suomen että muiden Pohjoismaiden verkkosivuilla. Se tarkoittaa sitä, että sovellus on räätälöity käyttäjän näytön mukaan. Tämä on kuitenkin yhä alue, jossa on vielä paljon kehitettävää meille, jotka työskentelemme aktiivisesti samassa tahdissa mobiilishoppailun lisääntymisen kanssa.

- Danske Bankilla on sekä responsiivinen mobiilsovellus että erityinen sovellus. **Responsiiviset sovellukset on tarkoitettu ennen kaikkea siihen, että saa kokonaiskuvan pankin yleisestä tarjonnasta ja voi hoitaa yksinkertaisia palveluita,** kun taas erityissovelluksella voi myös saada neuvoja sähköpostitse, hoitaa monimutkaisempia pankkiasioita ja saada paremman kokonaiskuvan omasta taloudestaan.

- Se perustuu responsiiviseen suunnitteluun, mikä tarkoittaa sitä, että se mukautuu Magento-alustaan perustuvaan näytön kokoon. **Perusajatuksena on, että kaikki tieto on kaikkialla, mutta että esimerkiksi lisämyyntiä tai mahdollisuutta tarkempaan tiedonhakuun ei ole.** Siellä on myös vähemmän yksityiskohtia.

→ **Miten tärkeä verkkomyynnin kanava on mobiililaitte?**

- Siitä tulee koko ajan tärkeämpi. Tähän asti mobiilimyynnin liikevaihto on ollut vaatimaton, mutta uskon tilanteen muuttuvan radikaalisti jo tämän vuoden kuluessa. Vaikka tähän asti vain harvat ovat tehneet ostoksia mobiililaitteella, mobiili liikenne on kuitenkin jo lisääntynyt huomattavasti.

- Se on hyvin tärkeää, varsinkin tulevia ostoksia silmällä pitäen. **Todennäköisesti mobiililaitteista tulee muutaman vuoden kuluessa kaikkein suosituin myyntikanava.**



- Jatkossa se on todennäköisesti todella tärkeää, mutta toistaiseksi suurin osa "myynnistä" (neuvonta, lainaneuvottelut jne.) tapahtuu puhelinpankin tai verkkopankin kautta tai konttorissa.

- **Tärkeää! Vain noin kymmenen prosenttia liikevaihdostamme tulee mobiililaitteiden kautta, mutta sitä kautta saamme paljon uusia asiakkaita, jotka sitten käyttävät pankkipalveluitamme tietokoneella kaikessa rauhassa.** Ensimmäinen kosketus asiakkaaseen tapahtuu siis usein mobiililaitteen kautta niin, että ihmiset omasta uteliaisuudestaan napauttavat sivumme esiin nähtyään esimerkiksi mainoksemme kaupungilla.

→ **Mitkä ovat mobiili-kaupan suurimmat haasteet?**

- **Käyttäjystävällisyys. Että saa hyvän tekstin pieneen tilaan ja toimivan maksuprosessin.** Toistaiseksi emme tallenna mitään korttitietoja, mikä tarkoittaa sitä, että asiakkaan on kirjoitettava joka kerta luottokortin koko numero itse. Se on mobiililaitteella tietysti vaivalloista ja hankalaa verrattuna yksinkertaiseen painikeohjailuun, johon pyrimme jatkossa, sillä Norjassa luottokortti on kova sana!

- Suurin haasteemme on, että myymme älypuhelimien kaltaisia kalliita tuotteita, ja ihmisiä epäilyttää tehdä sellaisia hankintoja mobiililaitteella. Uskomme kuitenkin, että keksimme siihen pitkän päälle toimivia ratkaisuja.

- **Saada kaikki monimutkaisiin pankkipalveluihin, kuten lainanantoon tarvittavat tiedot ja taustamateriaalit ja tehdä siitä kuitenkin mahdollisimman yksinkertaisia ja käyttäjystävällisiä.** Sitä mukaa, kun ihmisten halukkuus käyttää mobiililaitetta ihan kaikkeen kasvaa kasvamisestaan, siitä tulee myös meille haaste, johon meidän on kyettävä vastaamaan pian.

- Rajallinen tila, mikä vaikeuttaa lisämyyntiä ja lisätietojen etsimistä tuotteistamme.



Nordic update

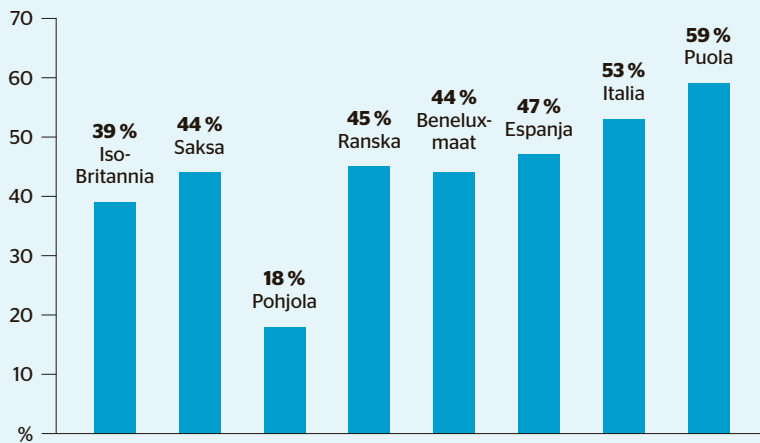
→ POHJOISMAISET MARKKINAT LUKUINA

Näin onnistuu vienti Eurooppaan

Julkaisemme nyt ensi kertaa tietoa siitä, mitä eurooppalaiset verkkokauppa-asiakkaat pitävät verkko-ostosten tekemisen kannalta tärkeänä.

Nopea toimitus on kilpailuetu

Verkko-ostoksia tehneet vastaajat, jotka pitävät erittäin tärkeänä nopeaa toimitusta (enint. 3 pv) ostaakseen kyseisestä verkkokaupasta.

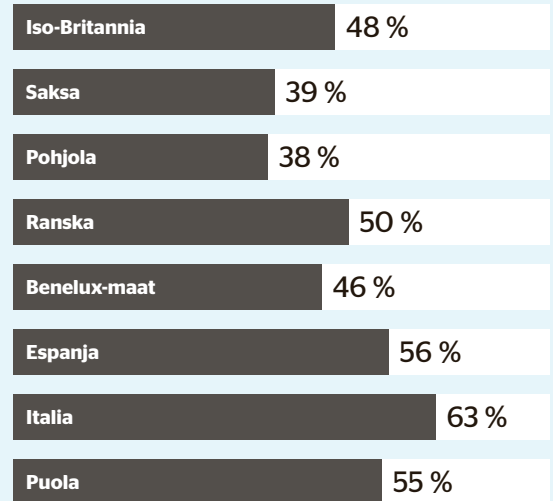


→ Kun eurooppalaiset kuluttajat tilaavat verkosta jotain, useimmat heistä odottavat, että toimitus kestää enintään kolmesta viiteen vuorokautta. Nopeita toimituksia vaativat eniten puolalaiset, joista 59 prosenttia ilmoittaa, että toimitukseen saa kulua pisimmillään kolme päivää, jotta he tekisivät ostoksia kyseisellä verkkosivustolla.

Italiassa, Espanjassa, Puolassa ja Ranskassa vähintään puolet vastaajista ilmoitti pitävänsä tärkeänä sitä, että verkkokaupan hinnat ovat muita edullisemmat.

Edullisin hinta on hyvin tärkeä

Verkko-ostoksia tehneet vastaajat, jotka pitävät erittäin tärkeänä edullista hintaa ostaakseen kyseisestä verkkokaupasta.



→ Monille eurooppalaisille hinta on tärkeä tekijä. Italiassa, Espanjassa, Puolassa ja Ranskassa vähintään puolet vastaajista ilmoitti, että verkkokaupan hinnat ovat muita edullisemmat. Pohjoismaissa 38 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että hinta ratkaisee, mikä osoittaa, että on kilpailtava muillakin keinoilla kuin hinnalla, kuten hyvällä palvelulla ja asiakastuella ongelmatilanteissa.



Näin onnistuu vienti Pohjois- maista



1 Lait ja säännöt
Ole tarkkana etäkauppaa, markkinointia ja henkilötietojen käsittelyä koskevien paikallisten säännösten ja lakien suhteen.



2 Kieli
Käytä ammattikäännettä verkkosivuston kääntämiseen kohde- maan kielelle.



3 Maksaminen
Eri maissa halutaan maksaa eri tavoilla. Selvitä, mitä maksutapoja kyseisen maan asiakkaat mieluiten käyttävät, ja tarjoa heille siihen mahdollisuus.



4 Toimitukset
Etsi logistiikkapalvelujen toimittaja, joka pystyy hoitamaan jakelun mahdollisimman monessa maassa. Varmista, että palautukset hoituvat helposti ja jouhevasti.



5 Asiakaspalvelu
Huolehdi siitä, että asiakaspalvelussa puhutaan asiakkaan kieltä ja asiakas voi soittaa paikalliseen puhelinnumeroon - se on verkkokaupan toiminnan kannalta perustavaa.



Ellos ja PostNord tiivistävät yhteistyötään

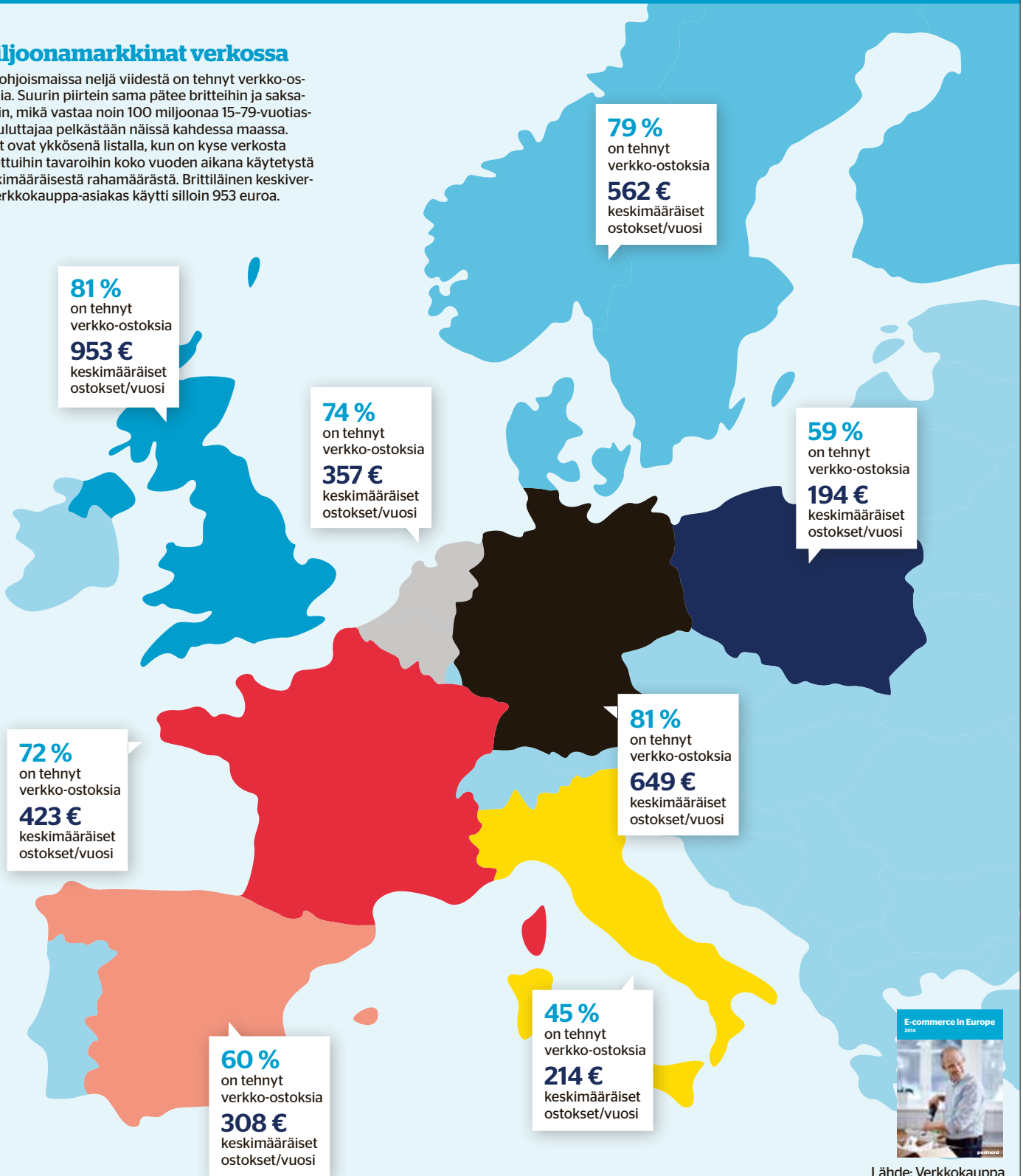
PostNord on allekirjoittanut uuden kolmivuotis-sopimuksen Ellos Groupin kanssa. Ellos Groupin ja PostNordin uusi sopimus tarkoittaa, että niiden yhteistyö tavaroiden jakelussa Pohjoismaiden markkinoilla laajenee ja syvenee. Nykyisten eri Pohjoismaita koskevien sopimusten lisäksi PostNord ottaa tästä lähtien kokonaisvastuun

tavaroiden jakelusta Norjan markkinoilla.

- Meille ratkaiseva menestystekijä on, että saamme logistiikkakumppanin, joka tuntee pohjoismaiset markkinat, niitä yhdistävät ja erottavat tekijät, kun on kyse kuluttajien vaatimuksista eri maissa, Ellos Groupin toimitusjohtaja Hans Ohlsson sanoo.

Miljoonamarkkinat verkossa

→ Pohjoismaissa neljä viidestä on tehnyt verkko-ostoksia. Suurin piirtein sama pätee britteihin ja saksalaisiin, mikä vastaa noin 100 miljoonaa 15-79-vuotiaita kuluttajaa pelkästään näissä kahdessa maassa. Britit ovat ykkösenä listalla, kun on kyse verkosta ostettuihin tavaroihin koko vuoden aikana käytetystä keskimääräisestä rahamäärästä. Brittiläinen keskiverkkokauppa-asiakas käytti silloin 953 euroa.



E-commerce in Europe 2014



Lähde: Verkkokauppa Euroopassa 2014.

