



**”Loppukäyttäjän
näkökulmasta käyttökokemus
ratkaisee verkkokaupassa”**

Mikael Gummerus, Frosmon toimitusjohtaja

B2C PostNord vahvistaa tarjontaansa Euroopassa
yhdessä DPD:n kanssa

RIPEÄ TOIMINTA Fordin varaosat saapuvat nopeasti perille.

KUKA OSTAA MITÄ? Pohjoismaisen verkkokaupan avainluvut.

LOGISTIIKAN YRITYSLEHTI #1 2016

postnord

Tempo

Logistiikan uusi suunta

TRENDIT Globaali logistiikkakartta piirtyy uudelleen. Kaupungistuminen, rahtihinnat ja palkkojen nousu Kiinassa saavat yhä useamman yrityksen harkitsemaan tuotannon siirtämistä lähemmäs markkinoita.

Me säästämme Rockyn emännän selkää.

Rocky on labradorinnoutaja, joka syö paljon. Siksi Rockyn emännän pitää ostaa melkoinen määrä koiranruokaa. Ennen hän kantoi kotiin suuria säkkejä joka kuukausi, mutta nyt ne tuodaan hänelle suoraan kotiovelle.

PostNord tarjoaa verkkokaupoille useita erilaisia palveluita. Lähtökohtamme ovat turvalliset, yksinkertaiset

ja joustavat ratkaisut, jotka palvelevat yhtä hyvin sekä yrityksiä että kuluttajia. Lisäksi apunamme ovat Pohjoismaiden laajin palvelupisteverkosto ja pidempi kokemus verkkokaupan logistiikassa kuin kellään muulla.

Kuinka voisimme auttaa sinun verkkokauppaasi? Lue lisää: postnord.fi/verkkokauppa

PostNordin tehokkaat logistiikka- ja viestintäratkaisut auttavat pohjoismaisia verkkokauppoja parantamaan kannattavuutta ja asiakastytyväisyyttä.

postnord

Me toimitamme.

Tempo #1 2016

JARI RINNEKOSKI TOIMITUSJOHTAJA, POSTNORD OY

Yhdessä olemme enemmän

➔ **POSTNORDIN TYTÄRYHTIÖ** Uudenmaan Pikakuljetus Oy sulautettiin PostNordiin 29. helmikuuta 2016. Yhdistymisen myötä kaikki UPK:n palvelut tarjotaan jatkossa PostNord-brändin alla koko valtakunnassa. Karkauspäivästä eteenpäin olemme olleet siis yksi ja yhtenäinen PostNord kaikkialla, missä toimimme.

Toimintojemme operatiivinen yhdistäminen käynnistyi suunnitellun aikataulun mukaisesti tammikuun alusta. Mm. tietojärjestelmien integroinnissa esiintyneistä haasteista johtuen käynnistys ei kuitenkaan sujunut aivan odotetusti, ja toimituksissamme esiintyi viiveitä sekä palvelupoikkeamia. Kuljetustuotannon ruuhkautuminen aiheutti myös vastausviiveitä asiakaspalvelussa. Haluankin esittää pahoitteluni niille asiakkaillemme, joille palvelumme on tuottanut pettymyksen alkuvuoden aikana.

OLEMME TEHNEET valtavan määrän työtä ongelmien korjaamiseksi ja saaneet tuotantomme taas toimimaan palvelulupausten mukaisesti. Uskon, että jatkossakin voimme olla teille se luotettava logistiikkakumppani, joka hyvällä yhteistyöllä pystyy sekä tukemaan että kehittämään liiketoimintaanne.

Fuusio sekä PostNordin koko Pohjoismaisen palvelutarjonnan laajentaminen antaa meille mahdollisuudet tarjota entistä kattavamman ja laadukkaamman palvelukokonaisuuden asiakkaillemme. Kehitystyön tulokset näkyvät tänä vuonna mm. Euroopan laajuisen noutopisteverkoston avautumisena suomalaisille yrityksille, entistä kehittyneempänä palvelulogistiikka-konseptina (Service Logistics) sekä pohjoismaisena osa- ja täyskuormatuotteena.

SUOMESSA ELÄMME haasteellisia aikoja edelleen, eikä talouden kehittämisessä ole näkyvissä juuri merkkejä nopeasta muutoksesta. Logistiikka-toimialalla ainoa kasvualue on verkkokauppa, johon me PostNordissa panostamme erittäin voimakkaasti. Tavoitteemme on olla johtava verkkokauppatoimija jokaisessa Pohjoismaassa, ja esimerkiksi pitkäjänteinen yhteistyömme Euroopan laajuisesti toimivan DPD-verkoston kanssa vauhdittaa meitä tässä eteenpäin.

Kaikille asiakkaillemme - uusille ja vanhoille - hyvää ja menestyksellistä vuotta 2016!



SISÄLTÖ NUMERO 1 2016



Tulevaisuuden verkkokauppa

SIVU 16 Verkkokauppa muuttuu teknologian kehityksen mukaan. Frosmo on mukana luomassa uusia tapoja ostaa verkosta.



SIVU 6 PostNord vahvisti asemansa ostamalla UPK:n. Integraatio on hyvässä vauhdissa.



SIVU 8 Varaosat pitää saada nopeasti asiakkaille. Ford luottaa tässä asiassa PostNordiin.



SIVU 10 Maailman megatrendit vaikuttavat logistiikkaan. Neljä asiantuntijaa esittää näkemyksiään.

PostNord Oy, Osumakuja 1-3, 01530 Vantaa, puh. 010 572 8080, sähköposti tempo.fi@postnord.com
Vastaava päätoimittaja: Jouni Lamberg **Toimitus/Suomi:** Kaisa Uusitalo **Toimitus ja projektinjohto:** Spoon, Linda Fagerlind Berkö **Taitto ja repro:** Spoon **Paino:** Next Print Mainitsethan lähteen lainatessasi.

postnord

Logistiikkamaailma

→ UUTISIA • TRENDJÄ • INNOITUSTA

Rajat ylittävien kappalelavaralähetysten yksinkertaisempi käsittely on yksi PostNordin uuden pohjoismaisen ratkaisun eduista.



Kansainväliset runkokuljetukset

Sujuvampia kuljetuksia rajojen yli

Korkeampi laatu, suurempi joustavuus ja mahdollisuus kääntyä asiakaspalvelun puoleen vuorokauden ympäri – PostNordin uusi pohjoismaisen ratkaisu rajat ylittävälle kuljetuksille pitää sisällään monia etuja.

→ **1. MARRASKUUTA 2015**

PostNord jalkautti uuden pohjoismaisen ratkaisun, joka muun muassa yksinkertaistaa rajat ylittävien kappalelavaralähetysten käsittelyä.

– PostNord on aina tarjonut tehokkaita ratkaisuja kansallisiin kuljetuksiin, sanoo PostNordin eCommerce & Logistics -liiketoiminta-alueen

johtaja Peter Kjaer Jensen.

– Mutta jotta meistä voisi tulla aidosti pohjoismainen toimija, meidän on kyettävä tarjoamaan asiakkaille vankka läpinäkyvä pohjoismainen alusta, jossa voimme helposti suunnitella ja seurata rajat ylittävien lähetysten yhä kasvavia määriä aina lähtöpisteestä loppuasiakkaalle.

PostNord pystyy jatkossa keskittymään pohjoismaisiin volyymeihin kokonaisvaltaisesti, mikä tuottaa asiakkaille merkittäviä mittakaavaetuja. Uusi järjestelmä ei kuitenkaan vaikuta ainoastaan kustannuksiin.

– On ratkaisevaa, että varmistamme kapasiteetin koko pohjoismaisessa verkostossamme. Näin asiak-

kaat hyötyvät paremmasta palvelusta, suuremmasta joustavuudesta ja toimitusten korkeammasta laadusta.

Asiakkaat saavat myös nopeammin tietoa kansallisilta yksiköiltä kansainvälistä liikennesuunnittelua varten. Ympäri vuorokautinen palvelu tarkoittaa, että toimitusta voidaan seurata ketjun kaikissa vaiheissa ja

että asiakkaille ilmoitetaan, mikäli siinä havaitaan jotakin hälyttävää.

– Asiakas pidetään jatkuvasti ajan tasalla tilanteesta ja asiakkaalle voidaan myös ehdottaa vaihtoehtoisia ratkaisuja, jolloin tämä voi ryhtyä toimiin ennen kuin kalliita viivästyksiä pääsee tapahtumaan.

KARIN AASE

TIETOJA

1. marraskuuta 2015 jalkautettiin uusi pohjoismainen organisaatio, jolla on paikallinen osasto kussakin maassa. Organisaatio huolehtii rajat ylittävistä runkokuljetuksista tavaratyypistä riippumatta. Sen tavoitteena on tarjota asiakkaille varmempia ja läpinäkyvämpiä toimituksia aina tilauksesta loppuasiakkaalle. Aikaisemmin kansainvälinen liikennesuunnittelu oli ruotsalaisen organisaation vastuulla.



KUVA ALIBABAGROUP.COM

PostNordille sopimus Kiinasta

→ PostNordin ja Alibaba Groupin välinen uusi yhteistyösopimus tarjoaa pohjoismaisille verkko-kaupparyityksille helpomman ja kustannustehokkaamman pääsyn Kiinan ostovoimaisille kuluttajamarkkinoille.

Sopimuksen myötä PostNord saa oikeuden perustaa pohjoismaisen alustan Tmall Global -ostosportaaliin.

– Kiinassa on noin 350 miljoonaa verkko-ostoksia tekevää kuluttajaa, ja Alibaba Group on verkkokauppa-alan suurin toimija. Siksi olemme erittäin iloisia tästä yhteistyöstä, jonka myötä voimme auttaa pohjoismaisia yrityksiä myymään tuotteitaan Kiinassa samalla, kun me huolehdimme kuljetuksista, sanoo PostNordin eCommerce & Logistics -liiketoiminta-alueen johtaja Peter Kjaer Jensen.



Postipyörille uusi tarkoitus

→ Eteläafrikkalaisten hökkeli-kaupunkien lapset ja nuoret pyöräilevät nyt ympäriinsä vanhoilla tanskalaisilla postipyörillä. Polkupyörät on lahjoitettu sirkuskoululle, jonka tavoitteena on pitää heikko-osaiset lapset ja nuoret erossa jengeistä ja rikollisuudesta. Hankkeen takana on ActionArte-organisaatio.

– Polkupyöristä on suurta iloa niin lapsille kuin aikuisillekin, sekä kulku- että kuntoiluvälineenä, sanoo ActionArten kansainvälinen koordinaattori Carl H. Nielsen.





Itseohjautuvia ajoneuvoja testataan Lontoossa

→ Lontoossa testataan vuoden aikana itseohjautuvia ajoneuvoja paketti- ja tavara-toimituksissa.

Ison-Britannian valtion rahoittamassa tutkimus-

hankkeessa selvitetään lukuisin testein, miten itseohjautuvia ajoneuvoja voitaisiin hyödyntää toimituksissa ja miten ne toimivat brittiläisessä kaupunki-

ympäristössä.

Testeissä selvitetään myös, miten yhteiskunnassa suhtaudutaan ajoneuvojen käyttöön. Testien aikana ajoneuvot kulkevat automatisoidusti, mutta

mukana on myös ihminen, joka valvoo prosessia ja ottaa ohjat mahdollisessa hätätilanteessa.

Hankkeen toteuttaa The Transport Research Laboratory (TRL).

Lähde: postandparcel.info

20 000 palvelupistettä

Uusia liiketoimintamahdollisuuksia Euroopan verkkokauppamarkkinoilla

Myykö yrityksesi jo eurooppalaisille kuluttajille? Vai suunnitteletko kenties liiketoimintasi laajentamista? PostNord lanseeraa vuonna 2016 pakettipalvelun yhteistyössä DPD Groupin kanssa, mikä sujuvoittaa asiakkaidesi arkea sekä helpottaa liiketoimintaasi Euroopassa.

PIAN VERKKOKAUPPA-YRITYKSET

voivat valita PostNordin logistiikkakumppaniin myös eurooppalaisille kuluttajille suunnatuissa lähetyksissä.

- Keväällä aloitetaan tiukat testit ruotsalaisten ja tanskalaisien pilottiasiakkaiden kanssa, jotka lähettävät paketteja Saksaan ja Benelux-maihin, sanoo eCommerce & Logistics -liiketoiminta-alueen tuotepäällikkö Johan Littmarck.

- Meidän tehtävämme on varmistaa koko toimitusketju aina tilauksesta paketin noutamiseen. Emme odota suurempia yllätyksiä, mutta on tärkeää saada asiakkaiden mielipide siitä, kuinka hyvin täytämme vastaanottajien odotukset.

AIKAISEMMIN PostNord on tarjonnut B2C-kuljetuksia Pohjoismaista vain posti-yhteistyön sekä ruotsalaisten ja tanskalaisien verkostojen kautta. DPD:n kanssa tehtävän yhteistyön myötä PostNordin 5 880 pohjoismaista palvelupistettä yhdistetään DPD:n eurooppalaiseen palveluverkostoon.

- Kumppanuudesta on monia hyötyjä. Ensinnäkin asiakkaamme voivat asioida DPD:n lähes 20 000 pakettipisteessä Euroopassa, minkä lisäksi me pystymme aloittamaan vuoden aikana kotinkuljetukset, ensimmäisenä



KUVA PER KASCH

Uusi tarjonta

DPD on Euroopan toiseksi suurin kansainvälinen pakettiverkosto. 26 000 työntekijän ja 20 000 pakettipisteen avulla DPD Group toimittaa päivittäin kolme miljoonaa pakettia yli 230 maahan.

PostNordin asiakkaille uusi yhteistyö tarjoaa monia etuja:

→ Mahdollisuus tarjota toimituksia DPD:n palvelupisteisiin.

→ Mahdollisuus tarjota kotinkuljetuksia, jolloin asiakas saa tietää täsmällisen toimitusajan sekä halutessaan muuttaa sitä.
→ Tavarain palauttaminen.
→ Sama kumppani ja ratkaisu vastaanottajan maasta riippumatta.

Tanskassa keväällä, sanoo PostNordin eCommerce & Logistics -liiketoiminta-alueen kaupallinen johtaja Katrin Berg.

- Kumppanuuden myötä palvelu on asiakkaillemme periaatteessa sama riippumatta siitä, mihin maahan he haluavat lähettää tavaraa, mikä ei ollut asianlaista aikaisemmissa postipalveluissa.

SUJUVAMMAT toimitukset avaavat Katrin Bergin mukaan myös mahdollisuuksia pohjoismaisille verkko-

kaupoille, jotka haluavat laajentua uusille markkinoille Euroopassa.

- Haasteita on toki vielä jäljellä esimerkiksi erilaisiin arvonlisäverokantoihin liittyen, mutta teemme koko ajan tiiviisti töitä esteiden poistamiseksi. Tiedämme, että esimerkiksi Saksassa ja Hollannissa on paljon Pohjoismaista kiinnostuneita kuluttajia, joten Manner-Eurooppa tarjoaa verkko-kaupoille erinomaiset kasvumahdollisuudet.

KARIN AASE

PostNord kasvaa ja vahvistuu!

Ostamalla Uudenmaan Pikakuljetuksen PostNord vahvisti asemaansa pakettikuljetuksissa Suomessa saavuttaen noin 11 prosentin markkinaosuuden. Fuusion myötä kaikki palvelut tarjotaan nyt PostNord-brändin alla. Tulevaisuudessa siintää myös Euroopan laajuinen noutopisteverkosto.

TEKSTI SAMI ANTEROINEN KUVAT POSTNORD

→ **POSTNORD OY** paransi huomattavasti asemiaan suomalaisessa logistiikkakentässä kesäkuussa 2015, kun yhtiö sopi ostavansa Uudenmaan Pikakuljetus Oy:n (UPK) koko osakekannan DSV Road Oy:ltä. Helmikuun lopulla tapahtuneen fuusion myötä kaikki UPK:n palvelut ovat nyt osa PostNordin palvelutarjontaa. Helmikuun alussa haastateltu PostNord Oy:n toimitusjohtaja Jari Rinnekoski kertoo, että takana on pitkä tie kahden yrityksen integraatiota:

– Terminaalit on nyt yhdistetty, samoin kuin tietojärjestelmät. Yhteinen tapa toimia ei löydy sormia napsauttamalla, mutta olemme hyvällä tiellä”, Rinnekoski sanoo.

”UPK:n ja PostNordin toiminnot, terminaalit ja kuljetusverkot täydentävät toisiaan erittäin hyvin.”



Virallinen fuusiopäivä oli 29.2. Sen myötä PostNordin liikevaihto kasvaa noin kolmanneksella ja samalla yhtiön henkilöstömäärä kasvoi 230:een. Kumppanuus- ja alihankintasopimusten kautta yhtiö työllistää suoraan noin 500 henkeä.

KAUPAN ansiosta PostNord vahvistaa merkittävästi asemaansa kotimaan pakettikuljetuspalveluissa, aikataulutetuissa jakeluissa, terveydenhuollon ja verkkokaupan logistiikassa sekä lämpösäädelyissä

kuuluvissa kuljetuspalveluissa. Rinnekosken mukaan erityisesti UPK:n erityisosaaminen terveydenhuollon logistiikassa tuo PostNordin palveluvalikoimaan merkittävän lisän. Sen myötä PostNordilla on valta-asema koko Suomen terveydenhuollon logistiikassa. Suurimmat synergiaedut saadaan kuljetuspuolelta: – Voidaan todella sanoa, että UPK:n ja PostNordin toiminnot, terminaalit ja kuljetusverkot täydentävät toisiaan erittäin hyvin. Tämän johdosta voimme yhdistellä kuljetusvolyy-

meja uudella, tehokkaalla tavalla ja samalla lisätä toimitusvarmuutta”, Rinnekoski toteaa.

POHJOLASSA PostNordin asema on vahva, sillä se on Pohjoismaiden johtava viestintä- ja logistiikkaratkaisujen toimittaja. Konsernilla on vahva asema sekä ja yritykset ja kuluttajakäyttäjien jakelussa. 6000 noutopisteen verkosto sekä harmonisoitu tuotevalikoima tuovat huomattavaa etua. Kattavan jakeluverkoston avulla luodaan edellytykset tulevaisuuden logisti-



”Tavoitteenamme on olla kehityksen kärjessä myös verkkokaupan teknologiassa.”

kalle, joka nivoutuu yhä enemmän verkkokaupan ympärille.

– Muissa Pohjoismaissa verkkokaupan kehitys on ollut vuositason toistakymmentä prosenttia, ja vaikka Suomi tulee pikkuisen perässä muita, kasvu on ollut huimaa täälläkin, toteaa Rinnekoski.

– Vastaamme kasvavan verkkokaupan vaatimuksiin avaamalla seuraavaksi suomalaisille yrityksille kuluttajapakettien Euroopan laajuisen noutopisteverkoston. Tavoitteenamme on olla kehityksen kärjessä myös verkkokaupan teknologiassa ja tehdä ylipäättään kuluttajien elämää helpomaksi. Tilaukset on voitava hoitaa vaikka mobiilisti ja niiden seuranta ja ilmoitukset pitää olla sujuvia. Valmistaudumme myös siihen, että tulevaisuudessa kuluttajalla on yhä enemmän päätösvaltaa siihen, mikä yritys pakettin tuo, sanoo Rinnekoski.

Yhteinen tapa toimia ei löydy sormia napauttamalla, mutta olemme hyvällä tiellä”, Jari Rinnekoski sanoo.



Verkkolaskuja, parempaa palvelua

➔ **POSTNORDIN** kotimaisilla logistiikka-asiakkailla on nyt mahdollisuus vastaanottaa laskunsa verkkolaskuina. Verkkolasku helpottaa ja nopeuttaa laskujen käsittelyä sekä tehostaa niiden arkistointia.

Asiakas voi halutessaan valita myös paperi- tai sähköpostilaskutuksen.

Tammikuun alusta alkaen paperilaskujen tulostus on siirtynyt Ruotsin Strålforsilta Suomen Strålforsille.

PostNord mukana e-commerce-messuilla

➔ **POSTNORD** on jälleen mukana Suomen suurimmassa kaupan alan ammattitapahtumassa, e-commerce Helsinki 2016 -messuilla. Tapahtuma järjestetään 16.-17. maaliskuuta ja se käsittelee verkkokaupan ja digitaalisen markkinoinnin ratkaisuja ja verkkoliiketoiminnassa. Paikan päälle odotetaan yli

6 000:tä kävijää.

Koska PostNordin strategian keskittyä yhä enemmän verkkokauppaan, on Helsingin messukeskuksessa järjestettävä tapahtuma tärkeä kohtaamispaikka myös potentiaalisille asiakkaille ja alan sidosryhmille. Kaikki kiinnostuneet ovat tervetulleita tutustumaan osastolle 3m16.

e-commerce HELSINKI 2016
16.-17. MAALISKUUTA 2016 | MESSUKESKUS, HELSINKI

A man with short dark hair, wearing a dark patterned sweater and blue jeans, is smiling and holding a large car windshield with his right hand. He is standing in a workshop or garage, with various tools and equipment visible in the background. A white arrow points from the text block to the windshield.

"Varaosat saadaan asiakkaille vuorokauden sisällä", sanoo markkinointikoordinaattori Esa Nyström.

360 000 tilausriviä vuodessa

Fordin varaosatoimituksissa liikkuu tavaraa öljysuodattimista avolava-auton taka-akseliin. Nopeimmillaan ne ovat perillä alle vuorokaudessa.

TEKSTI HEIDI HAMMARSTEN KUVAT JUHA MYLLYMÄKI



Kun joku Suomen 68 Ford-varaosakaup-
piaasta tarvitsee varaosia auton huoltoa
varten, tilaus menee Fordin keskusva-
rastolle Ruotsin Örebrohon. Tilauksia
kuitenkin koordinoi ja valvoo Fordin
markkinointikoordinaattori Esa Nyström Vantaan
Veromieheessä.

”Parhaimmillaan kun tänään tehdään lentorah-
titilaus 15.30 mennessä, se on huomenaamulla kello
7.30 perillä jälleenmyyjällä aina Keski-Suomessa asti”,
Nyström kertoo.

**”Yhdellä
tilaus-
rivillä voi
olla vaikka
sadan öljyn-
suodattimen
tilaus.”**

Lentorahti on tosin harvinainen poikkeus. Tyy-
pillinen ja edullisin tilausmuoto on varastotilaus eli
kuorma-autolastillinen huolto-osia, kuten öljyn- tai
ilmansuodattimia, jarrupaloja tai jarrulevyjä. Ne
lähtevät maitse Örebrosta ja tulevat Suomeen lautalla.
Tilaaajalla ne ovat 3–4 päivässä.

Myös maarahti on parhaimmillaan käytettävissä
seuraavana päivänä, jos käytetään pikatilausta.

”Jos pikatilaus tehdään tänään 15.30 mennessä, se
on parhaimmillaan perillä huomenna kello 16 mennen-
sä.”

KAIKKI VARAOSATILAUKSET eivät ole yhtä rutiinin-
omaisia. Nyström nostaa esimerkiksi toisesta ääripääs-
tä lava-auto Ford Rangerin satojen kilojen painoisen
taka-akselin.

”Rangerin mikä tahansa osa saattaa tulla mistä päin
maailmaa tahansa, vaikkapa lava Thaimaasta. Tämä
taka-akseli tuli Etelä-Afrikasta, missä auto valmiste-
taan. Pyrimme välttämään lentorahteja Etelä-Afrikasta,
koska suoria lentoja ei ole. Merirahti keskusvarastolle
Kölniin taas kestää 30–60 päivää. Pääsääntöisesti Köl-
nin keskusvarastossa on jokaista osaa saatavana.”

Vaikka talouden taantuma on kurittanut uusien
autojen kauppaa, varaosaliiketoiminta on pysynyt
melko tasaisena. Kun autokanta vanhenee, ikääntyvät
autot tarvitsevat joka tapauksessa huoltoa ja uusia
osia. Ford-kuskit ovat osoittautuneet myös uskollisiksi
merkkihuollon käyttäjiksi.

”Merkkihuollon merkitys on suuri: autot käytetään
siellä, missä on koulutettu mekaanikko ja laitteet. Totta
kai seuraamme ja mittaamme tilannetta ja tiedämme,
että olemme hyvin kilpailukykyisiä myös varaosien
hinnan suhteen.”

MAARAHDISSA FORDIN logistiikkakumppanina toimii
PostNord. Se hoitaa tilaukset Örebrosta ensin Turkuun
ja sitten Vantaan varastolleen, missä ne pakataan uu-
destaan ja lähetetään jälleenmyyjille. Kyseessä on niin
sanottu InNight-palvelu eli aikataulutettu yöjakelu.

Varaosaliikenne on melkoinen ruljanssi, sillä
erilaisia aktiivisia varaosakoodoja on noin 220 000.
Kaikkiaan nimikkeitä on yli miljoona, mutta iso osa on
jo vanhentuneita.

”Vuodessa toimitamme noin 360 000 tilausrivillä, ja
yhdellä rivillä voi olla vaikka sadan öljynsuodattimen
tilaus – siellä on suodatin poikineen. PostNordin kautta
näistä kulkee 85–90 prosenttia”, Nyström arvioi.

Tavaravirran volyymin huomioon ottaen varaosalii-
kenne sujuu hyvin ongelmattomasti.

”Katsoin viime kuun tilastoista, että 30 000 tilaus-
rivistä oli aiheutunut 13 raporttia joko kuljetusvaurion
tai kadonneen pakkauksen takia – tämä on siis 0,05
prosenttia kaikista kuljetuksista.”

Fordin ja PostNordin sujuvan yhteistyön taustalla
on kymmenen vuoden kokemus. ■

SHANGHAI

Aasiassa sijaitsee valtaosa maailman suurimmista konttisatamista. Shanghain konttisatama on maailman suurin, ja heti sen vanavedessä tulee Singapore. Konttikuljetuksista käydään nyt kuitenkin kovaa hintakilpailua. Vuosien 2015–2016 vaihteen jälkeen esimerkiksi Aasiasta Pohjois-Eurooppaan laivalla kuljetettavien konttien rahtihinnat putosivat 24,4 prosenttia.



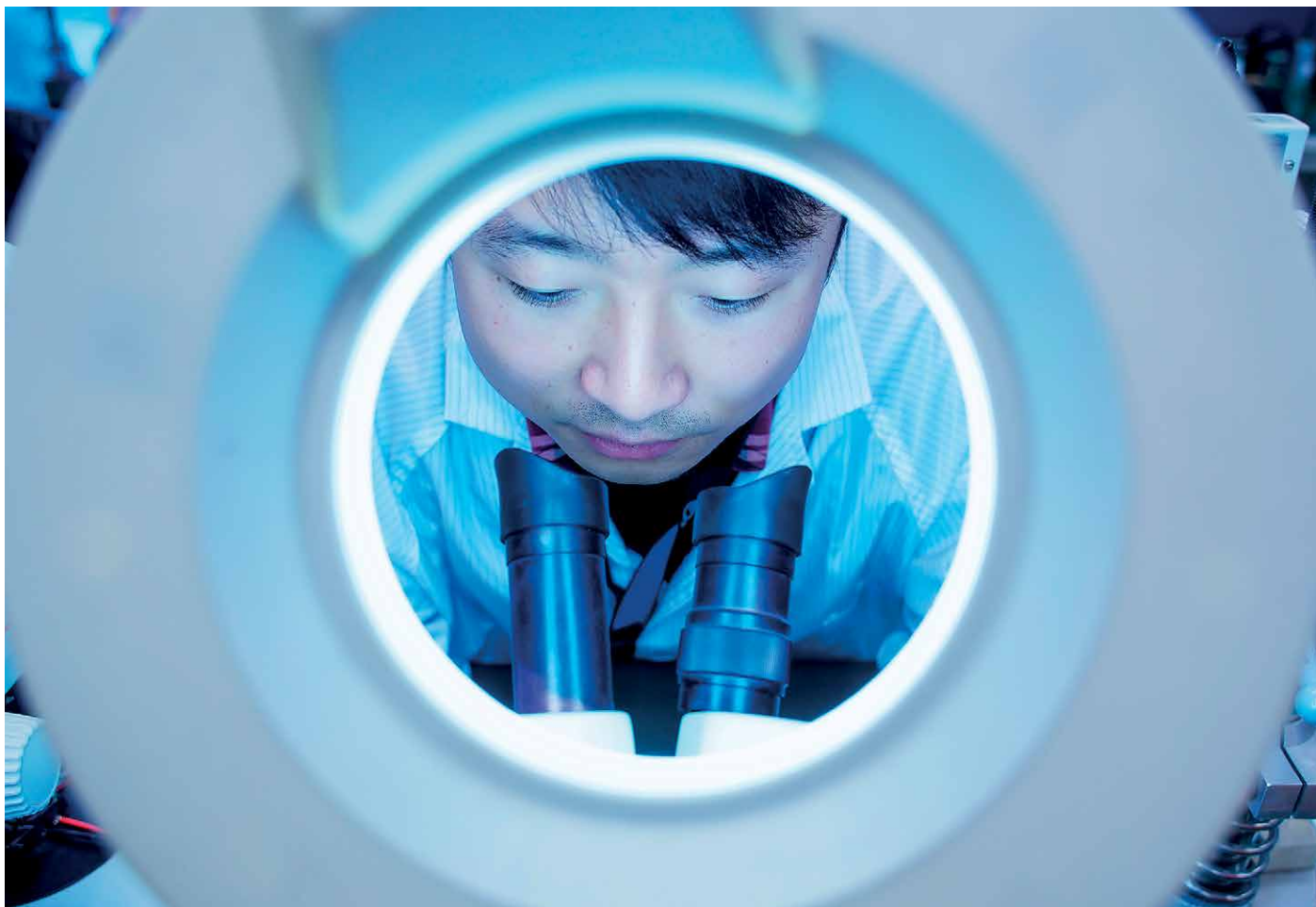
Globaali logistiikkakartta piirtyy uudelleen

Kaupungistumisen, digitalisoitumisen ja taloudellisen vallan siirtymisen kaltaiset megatrendit vaikuttavat globaaliin logistiikkaan samoin kuin öljyn hintoihin, rahtikustannuksiin ja asiakkaiden vaatimuksiin. Häiriöiden riskin kasvaessa yritykset ryhtyvät myös harkitsemaan tuotantoaan uudelleen ja siirtävät valmistuksensa yhä suuremmissa määrin lähemmäs markkinoita. Tempo haastatteli neljää maailman johtavaa globaalin logistiikan asiantuntijaa.

TEKSTI HILDA HULTÉN KUVAT GETTY IMAGES

Lue lisää →





RIIPPUVAISUUS GLOBAALEISTA KULJETUKSISTA

1900-luvun lopussa yritys toisensa jälkeen siirsi tuotantonsa Kiinaan ja muihin alhaisen palkkatason maihin Aasiaan. Sen vuoksi myös monet pohjoismaiset yritykset ovat riippuvaisia komponenttien, tuotteiden ja varaosien globaaleista kuljetuksista.

Viime vuosikymmeninä kiihtynyt globalisaatio on vaikuttanut jo pitkään valmistavien yritysten logistiikkaketjuihin, joista on tullut maantieteellisesti yhä hajautuneempia ja monimutkaisempia. Tuotannon laajamittainen siirtäminen Kiinaan ja muihin alhaisen palkkatason maihin Aasiaan 1900-luvun lopussa on tehnyt monesta pohjoismaisesta yrityksestä riippuvaisen komponenttien, tuotteiden ja varaosien globaaleista kuljetuksista. Globaaleihin toimitusketjuihin kohdistuu kuitenkin jatkuvasti riskejä. Ne voivat olla luonnonkatastrofeja tai poliittisia tapahtumia, jotka katkaisevat materiaalien toimitukset tuotantolaitokseen, sekä kuljetusketjujen häiriöitä, tietovirheitä tai inhimillisiä erehdyksiä.

- Uskon, että Islantia vuonna 2010 piinanneen tuhkapilven ja Japania vuonna 2011 ravisuttaneen maanjäristyksen kaltaiset tapahtumat ovat antaneet valmistaville yrityksille ajattelemisen aihetta, sanoo Cranfield School of Managementin professori Richard Wilding, joka on erikoistunut toimitusketjustrategioihin sekä erityisesti riskistrategiaan.

Richard Wildingin mukaan häiriöriskien lisääntyminen johtaa siihen, että toimittajien perinteinen luokittelu joutaa osittain romukoppaan.



RICHARD WILDING

Richard Wilding on Supply Chain Strategyn eli toimitusketjustrategioiden professori brittiläisessä Cranfield School of Managementissa. Hän on erikoistunut erityisesti riskistrategiaan. Richard Wilding tekee logistiikkaan ja toimitusketjuihin liittyvää yhteistyötä useiden, muun muassa lääke-, ajoneuvo- ja vähittäiskaupan alalla toimivien eurooppalaisten ja kansainvälisten yritysten kanssa. Vuonna 2011 hän julkaisi The Temple of Supply Chain Resilience -mallin, joka käsittelee vastavoimien luomista globaaleissa toimitusketjuissa.

- Yhtäkkiä tapahtuu odottamattomia asioita, jotka muuttavat ei-kriittiset toimittajat ja tuotteet kriittisiksi.

Myös vahvasti erikoistuneet tehtaat, ulkoistaminen, toimittajien konsolidointi, teollisuuden keskittyminen just-in-time-tuotantoon sekä muut vastaavat trendit lisäävät haavoittuvuutta ja tuotantokatkosten riskiä.

- Organisaatioilla vaikuttaa olevan heikko ymmärrys siitä, miten strategisella, taktisella ja operatiivisella tasolla tehtävät päätökset vaikuttavat toimitusketjujen riskiprofiiliin.

Riskit lisääntyvät, kun tuotanto on riippuvaista komponenteista ja materiaaleista, jotka tuotetaan maantieteellisesti nähdessä kaukana tehtaasta.

YHTEISTÄ sellaisille yrityksille, jotka selviytyvät toimitusketjujen häiriöistä hyvin, on tehokas yhteistyö toimittajien kanssa.

- Kumppanuuden ja pitkäjänteisen yhteistyön rakentaminen toimittajien kanssa on äärimmäisen tärkeää toimitusprosessin onnistumisen kannalta. Todellinen osaamisen jakaminen ja kehitys on mahdollista vasta pitkäaikaisissa ja molempia osapuolia hyödyttävissä suhteissa yritysten ja ihmisten välillä.

Tavallinen virhe, jonka moni yritys tekee, on sisäisten resurssien riittämätön ohjaaminen kumppanuuksien ja verkostojen rakentamiseen.

Johtavat yritykset tunnistaa kolmesta menestystekijästä

PostNordin eCommerce & Logistics -liiketoiminta-alueen kaupallinen johtaja **Katrin Berg** luettelee kolme logistiikkaan ja toimituksiin liittyvää menestystekijää, jotka erottavat johtavat yritykset muista alasta riippumatta.

1

BEST IN CLASS DELIVERY

Johtavilla yrityksillä on yleisesti ottaen parempi kokonaiskuva toimituksista aina tilauksen vastaanottamisesta tuotteen perille toimittamiseen. Kyse ei ole vain nopeudesta tai parhaan palvelun tarjoamisesta. Sellaisilla yrityksillä, jotka uskaltavat eriyttää jakeluratkaisunsa ja kykenevät sopeuttamaan toimitukset asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin, on selvä strateginen etu. One size fits all -periaate, samojen palvelujen tarjoaminen kaikille, ei ole pitkällä aikavälillä yhtä kannattavaa kuin monet uskovat. Sen sijaan se johtaa usein siihen, että toimituksista tulee tarpeettoman kalliita sellaisten asiakkaiden kohdalla, joilla on alhaisemmat vaatimukset, kun taas asiakkaat, joilla on korkeat vaatimukset, eivät saa tarvitsemaansa palvelua. Tutkimukset osoittavat myös, että johtavien yritysten kannattavuus on suurempi kuin perässä tulevilla kilpailijoilla.

2

JOUSTAVUUS MARKKINOITA KOHTAAN

Menestyvät yritykset ovat usein muita dynaamisempia jakeluratkaisuissaan, ja niillä on tarjota tehokas ja toimiva logistiikkapalvelu kanavasta riippumatta. Esimerkiksi vähittäiskaupan yrityksellä, jolla on tehokkaat prosessit sekä myymälä- että verkkokauppa-myyntiä varten, on etu kilpailijoihin nähden.

3

TEHOKKAAT LOGISTIikkAPROSESSIT

Menestyvät yritykset onnistuvat sopeuttamaan logistiikkansa ja hankintansa markkinoiden mukaan, mutta ne ovat myös tietoisempia riskeistä ja tarjoavat asiakkaille korkeaa palvelutasoa. Lisäksi ne uskaltaavat sopeuttaa jakeluratkaisut yritysstrategiaansa. Jos yrityksellä on arvokkaita tuotteita, arvon on heijastuttava koko toimitusketjussa aina siihen saakka, kunnes asiakas saa tuotteen. Tehokkuudessa ei myöskään ole aina kyse nopeudesta, vaan pienen marginaalin tuotteissa voi riittää, että on tarpeeksi hyvä.



- Jos kumppanin prosessien opetteluun ja ymmärtämiseen ei käytetä aikaa, yhteistyön kaikkea potentiaalia ei myöskään osata hyödyntää. Verkostoituminen on ehdotonta yrityksen innovaatiokyvylle.

Inventointiin, turvallisuuteen, vaihtoehtoihin toimituksiin sekä toimittajien kehittämiseen liittyvät tietoiset valinnat vähentävät myös viivästymisten riskiä. Yksi keino on valita tuotannon sijainti ja toimittajat riskinäkökulmasta.

- Jos toimittaja huolehtii yksin tietyn tuotteen valmistuksesta tai tuotantolaitos sijaitsee riskialueella, voi olla hyvä ottaa käyttöön toinen tuotantolinja. Se ei ole aina taloudellisesti kannattavaa, mutta toimitusten kannalta harkinnan arvoista.

Yksi esimerkki tästä on saksalainen Merck, joka valmistaa autojen maalauksessa käytettäviä väripigmenttejä. Se päätti Japanin tsunamin jälkeen perustaa toisen tuotantolinjan Saksaan.

- Yrityksessä ymmärrettiin, että oli liian riskialtista keskittää tuotanto vain yhteen tehtaaseen Japaniin. Tsunamista opittiin paljon.

- Riskien minimointi toimitusketjussa ei ole yksinkertainen asia, vaan se koskettaa kaikkia liiketoiminnan osia sekä vaatii aktiivista ja tehokasta strategiatyötä. Yrityksillä on oltava paitsi kilpailukykyinen strategia markkina-alueitaan varten, myös syvä ymmärrys niiden luonteesta.

”Yhtäkkiä tapahtuu odottamattomia asioita, jotka muuttavat ei-kriittiset toimittajat ja tuotteet kriittisiksi.”

Keräämällä tietoa paikallisista ja globaaleista tapahtumista toimitusketju osataan asettaa oikeaan kontekstiin.

- Big data sekä geologisten ja sosiopoliittisten tapahtumien seurantaan suunnitellut tekniikat mahdollistavat sen, että yritykset voivat mennä esimerkiksi Google Mapsiin, sijoittaa toimittajansa ja tehtaansa kartalle sekä seurata sitten, missä riskejä voi mahdollisesti esiintyä.

BMW on yksi näin tehneistä yrityksistä. Se kartoitti toimitusketjunsä ensimmäisessä, toisessa ja kolmannessa lenkissä toimivien toimittajiensa sijainnin sekä tiedot muun muassa kyseisten alueiden sääolosuhteista, luonnonkatastrofeista sekä poliittisista ja taloudellisista riskeistä.

Vuosikymmenien ajan kiihtynyt globalisaatio on saanut monet suuret valmistajat harkitsemaan toimitusstrategiaansa uudelleen. Monissa tapauksissa ratkaisu on löytynyt toimitusketjujen lyhentämisestä. Richard Wilding uskoo, että parempi tietoisuus riskeistä voi johtaa ulkoistetun tuotannon palauttamiseen (back sourcing).

- Se voi ilman muuta saada tuotannon uuteen nousuun Euroopassa ja myös Pohjoismaissa.

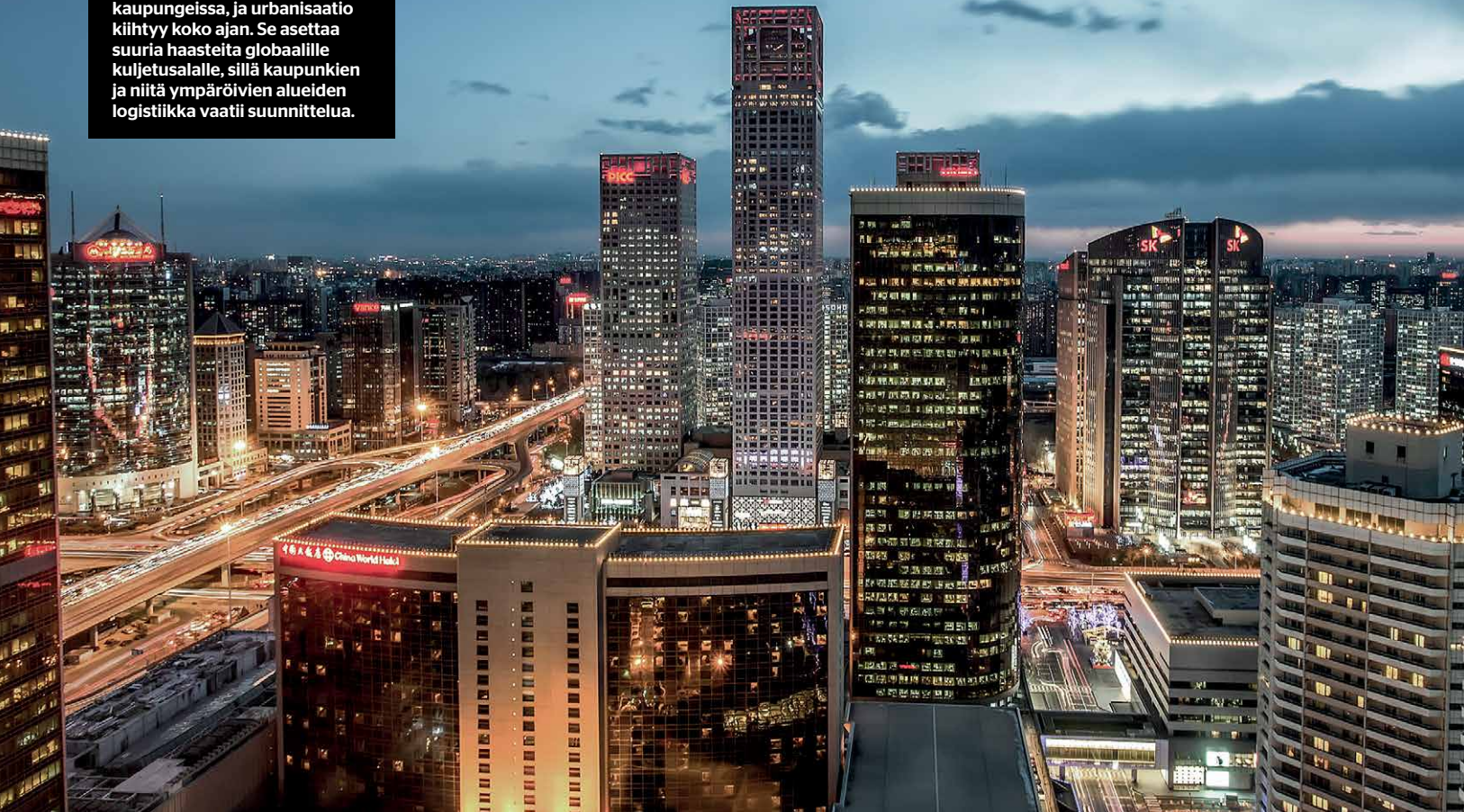
HÄNEN KANSSAAN SAMAA MIELTÄ ON tutkijakollega Jean-Paul Rodrigue, joka on newyorkilaisen Hofstra Universityn professori ja globaalin logistiikan asiantuntija.

- Kolmannessa teollisessa vallankumouksessa oli kyse

Lue lisää —>

50%

... maailman väestöstä asuu kaupungeissa, ja urbanisaatio kiihtyy koko ajan. Se asettaa suuria haasteita globaalille kuljetusalalle, sillä kaupunkien ja niitä ympäröivien alueiden logistiikka vaatii suunnittelua.



—> edullisemmän työvoiman löytämisestä ja tuotannon siirtämisestä alhaisen palkkatason maihin. Nyt kuitenkin puhutaan neljännessä teollisesta vallankumouksesta, jossa on kyse pikemminkin robotisoinnista ja automaation lisäämisestä.

Teollisen tuotannon siirtämiselle alhaisen palkkatason maihin ei ole enää yhtä tuntuva tarvetta.

- Kiinan nopea taloudellinen kasvu on johtanut palkkojen nousuun, jolloin kiinalaisen tuotannon taloudelliset hyödyt ovat hävinneet.

- Trendinä on siirtää tuotanto lähemmäs markkinoita. Yhdysvaltalaisille yrityksille se tarkoittaa tuotannon siirtämistä Väli-Amerikkaan, etenkin Meksikoon.

- Jos markkinoiden johtavat yritykset aloittavat tuotantonsa siirtämisen, suurena vaarana on, että loputkin seuraavat perässä.

JEAN-PAUL RODRIGUEN TUTKIMUS keskittyy pitkälti konttien merikuljetuksiin, joiden lisääntymiseen suuret varustamot ovat vuosien ajan varustautuneet mutta joiden kasvu on jäänyt lopulta suurilta osin heikoksi.

- Vuosien 2008-2009 finanssikriisin myötä konttikuljetusten tarve väheni huomattavasti ennusteisiin verrattuna. Se tarkoittaa, että varustamot ovat parantaneet infrastruktuuriaan ja lisänneet kapasiteettiaan liikaa tarpeeseen nähden.



JEAN-PAUL RODRIGUE

Jean-Paul Rodrigue on liikennemaantieteen professori yhdysvaltalaisessa Hofstra Universityssa New Yorkissa. Hän keskittyy tutkimuksessaan pääasiassa merikuljetusjärjestelmiin, globaaleihin toimitusketjuihin sekä kuljetuskäytäviin. Jean-Paul Rodrigue on muun muassa kartoittanut kansainvälisiin konttien merikuljetuksiin liittyviä syklejä ja trendejä sekä kirjoittanut useita kirjoja globaaleista kuljetusjärjestelmistä.

Tämä johtaa puolestaan yhä alhaisempiin rahtihintoihin. Vuosien 2015-2016 vaihteen jälkeen esimerkiksi Aasiasta Pohjois-Eurooppaan meriteitse kuljetettavien konttien rahtihinnat putosivat 24,4 prosenttia, mikä hyödyttää suuria tavaranomistajia ja globaaleja huolitsijoita.

Jean-Paul Rodriguen mukaan konttialusten ylikapasiteetti tulee jatkumaan myös tulevaisuudessa, sillä varustamot rakennuttavat tehokkuussyistä yhä suurempia aluksia.

- Merikuljetusten voimakas hinnanlasku ei ole ohi-menevä ilmiö, vaan keskipitkä trendi, joka tulee vallitsemaan ainakin seuraavat viisi vuotta.

- Varustamot hyötyvät kuitenkin bunkkeriöllyn reippaasti alentuneista hinnoista, mikä vähentää niihin kohdistuvia kustannuspaineita.

HARVALLA TEKIJÄLLÄ ON YHTÄ SUURI vaikutus maailmantalouteen kuin öljyn hinnalla. Öljyn hinta ohjaa pitkälti kuljetusten hintoja, mikä puolestaan vaikuttaa siihen, missä ja miten tuotanto tapahtuu ja miten suuret logistiikkavirrat muotoutuvat.

Tällä hetkellä öljyn hinta on noin 30-35 dollaria tynnyriltä. Juuri ennen vuoden 2008 finanssikriisiä öljyn hinta oli lähes 150 dollaria.

- Tavarakuljetukset ovat nyt älyttömän halpoja. Rahtihinnat ovat nykyään vain murto-osa siitä, mitä ne olivat

15-20 vuotta sitten, sanoo Orkla ASA:n logistiikkajohtaja Lars Jarmander.

Hänen mukaansa historiallisen alhainen öljyn hinta ja kuljetuksiin kohdistuvat hintapaineet tarkoittavat, että rahtikustannukset vaikuttavat enää harvoin siihen, minne yritykset päättävät sijoittaa tuotantonsa.

- Kun öljy oli kalleimmillaan, se oli lähes 50 prosenttia lentorahdin hinnasta. Nyt sen osuus kokonaiskustannuksista on ehkä 15-20 prosenttia. Se vaikuttaa luonnollisesti kuljetusten hintoihin ja globaalin logistiikan kehittymiseen.

LARS JARMANDER TYÖSKENTELI AIEMMIN mobiililaittevalmistaja Sonyn kansainvälisenä logistiikkapäällikkönä.

- Sonylla logistiikkakustannukset muodostivat verran pienen osan koko liikevaihdosta. Jos yritys ei siis valmista kovin suuria tuotteita tai vähäarvoisia hyödykkeitä, tuotannon maantieteelliseen sijoittamiseen vaikuttavat ensisijaisesti muut tekijät, kuten toimitusajat ja laatu.

Lars Jarmander on samaa mieltä siitä, että tuotannon sijoittamisesta esimerkiksi Kiinaan ei ole enää yhtä suurta hyötyä.

- Usein voi olla edullisempaa valmistaa tuotteet esimerkiksi Itä-Euroopassa.

- Yksinkertaisten ja työintensiivisten komponenttien valmistus voi kuitenkin tulla jatkossakin edullisemmaksi Burman, Kambodžan ja Thaimaan kaltaisissa alhaisen palkkatason maissa.

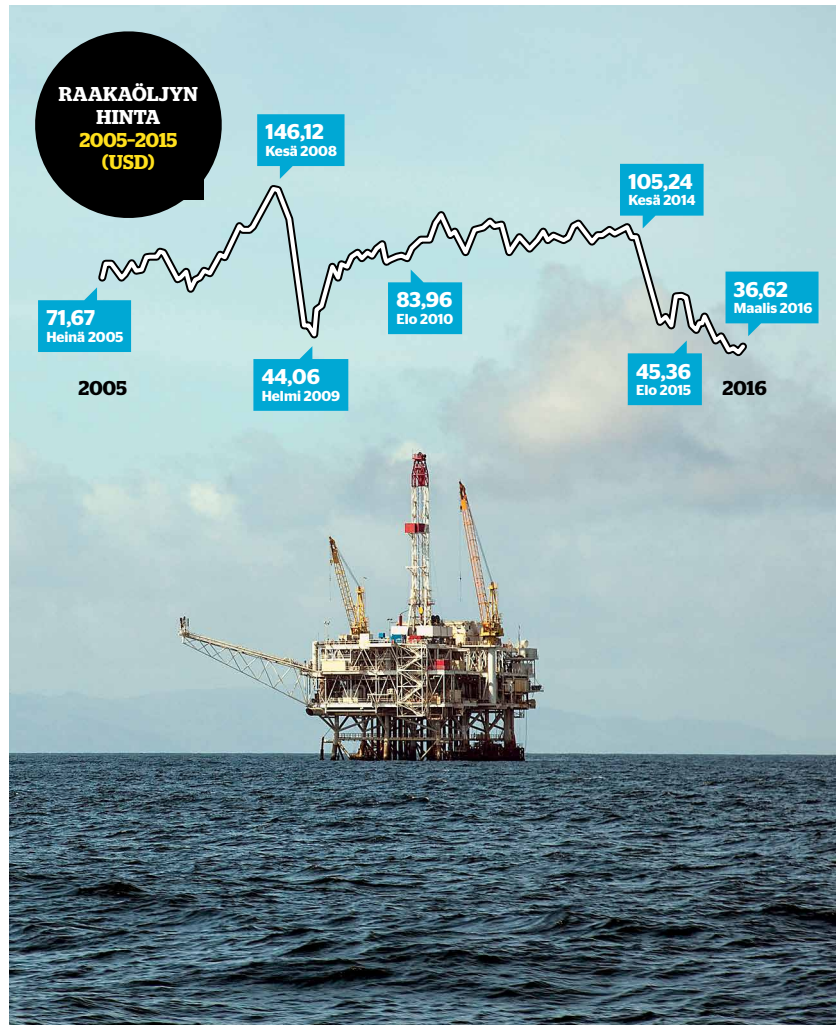
SUURIN HYÖTY tuotannon siirtämisestä lähemmäs markkinoita ovat lyhyemmät toimitusajat, mikä on yhä tärkeämpää käytännössä katsoen kaikille yrityksille, niin valmistaville kuin kaupan alan yrityksille.

- Asiakkaiden vaatimukset nopeista toimituksista ohjaavat logistiikkatarpeita nykyään eniten.

Lars Jarmanderin mukaan asiakkaista on yleisesti ottaen tullut tiukempia, joskus ilman varsinaista syytä.

- Verkkokauppa saa meidät kuluttajina tottumaan nopeisiin toimituksiin. Joskus asiakkaat asettavat korkeita vaatimuksia vain siksi, että he uskovat myös muiden asettavan samoja vaatimuksia.

Toimituksiin kohdistuvat vaatimukset johtavat kasvaaviin aikapaineisiin ja sitä kautta logistiikkakustannusten nousuun.



Öljyn hinta historiallisen alhaalla. Öljyn hinnalla on valtava vaikutus, ja harva asia vaikuttaa maailmantalouteen yhtä voimakkaasti kuin musta kulta.

- Väitän, että olemme menossa monessakin mielessä väärään suuntaan. Ei ole kohtuullista odottaa, että kaikkien pitäisi saada kaikki hetkessä.

Hänen neuvonsa yrityksille on käydä asiakkaiden kanssa tiivistä vuoropuhelua näiden todellisista tarpeista.

- Kannattaa keskustella asiakkaan kanssa ja kysyä, mitä tämä oikeastaan haluaa. Kun ymmärtää asiakkaan todelliset tarpeet, voi tehdä tehokkaampaa yhteistyötä ja sopeuttaa toimitukset paremmin. ■

Viisi globaaliin logistiikkaan vaikuttavaa megatrendiä

1. DEMOGRAFINEN JA YHTEISKUNNALLINEN MUUTOS

→ Logistiikkaan ja globaaleihin tavaravirtoihin vaikuttaa poliittisen epävakauden lisäksi maailman kasvava keskiluokka, joka kuluttaa yhä enemmän.

2. TALOUDELLISEN VALLAN SIIRTYMINEN

→ Taloudellinen valta on siirtymässä itään Aasiaan, missä sijaitsee valtaosa maailman suurimmista konttisatamista. Kiinan taloudella on yhä suurempi suora vaikutus globaaliin talouteen, myös Pohjoismaissa.

3. KAUPUNGISTUMINEN

→ Yli puolet maailman väestöstä asuu kaupungeissa, ja urbanisaatio kiihtyy koko ajan. Kaupunkien ja niiden lähialueiden logistiikka asettaa suurimmat haasteet globaalille kuljetusalalle.

4. ILMASTONMUUTOS JA LUONNONVAROJEN RAJALLISUUS

→ Kestävyyssnäkökulma huomioidaan kaikessa kuljetusten kehittämisessä. Pienempi ympäristövaikutus ja kestävä kuljetusratkaisut ovat tulevaisuudessa yhä tärkeämpiä.

5. DIGITALISOITUMINEN

→ Tiedonhallintaan ja informaatiotekniikkaan liittyvä kehitys on räjähdysmäistä ja huomattavasti nopeampaa kuin esimerkiksi ajoneuvojen kehitys. Digitalisoituminen vaikuttaa logistiikkaan kaikilla tasoilla tuoden mukanaan uusia toimintoja ja mahdollisuuksia kuljetusten seurantaan ja valvontaan sekä reaaliaikaisen päätösten tekemiseen.

Frosmossa työskentelee noin 90 henkilöä, joiden joukossa on edustettuna peräti 30 eri kansallisuutta.



Frosmo sukeltaa tulevaisuuden verkkokauppaan

Teknologian kehitys on muuttamassa myös verkkokauppaa radikaalisti. Uudet tavat ostaa verkosta, kuten virtuaalitodellisuus, vaativat uudenlaisia tekemisen tapoja. Etunäissä niitä luomassa on suomalainen Frosmo.

TEKSTI OLLI-PEKKA KOMONEN KUVAT KARL VILHJÄLMSSON



Frosmo ratkaisee ongelmia, joita kaikilla kuluttajien kanssa verkkokauppaa tekeillä toimivilla yrityksillä on. Loppukäyttäjän näkökulmasta käyttökokemus ja se miten hyvin pystytään viestimään mikä juuri tästä palveluntarjoajasta tekee erinomaisen, ratkaisevat”, Frosmo-toimitusjohtaja Mikael Gummerus naulaa.

Käyttökokemuksen pitää siten olla helposti muokattavissa ja kehitettävissä eteenpäin. Tämä on monissa nykyjärjestelmissä monimutkaista ja hidasta. Frosmo-

”Nettiyhteyksien laatu on parantunut, siksi käyttöliittymäkehittämisestä tulee koko ajan helpompaa.”

ratkaisun avulla sivuston ulkonäköä ja ominaisuuksia voidaan muuttaa suoraan nettiselaimesta koskematta monimutkaisiin taustajärjestelmiin.

”Verkossa on käynnissä iso muutos. Selaimet ovat kehittyneet valtavasti. Myös nettiyhteyksien laatu on parantunut niin mobiilissa kuin kiinteässä verkossakin. Javascript-kielestä on tullut kolmas nykyaikaisen internetin peruspalikka html:n ja css:n rinnalle. Sen ansiosta käyttöliittymäkehittämisestä tulee koko ajan helpompaa. Jos tästä maailmasta jättäytyy pois, näyttää yrityksen tulevaisuus erittäin haastavalta.”, Gummerus sanoo.

Lue lisää →



"Verkossa on käynnissä iso muutos. Selaimet ovat kehittyneet valtavasti", Frosmo-toimitusjohtaja Mikael Gummerus sanoo.

—> **TÄMÄN HETKEN MAAILMASSA** suurin osa verkkokaupoista on edelleen toteutettu tylsinä tuotelistauksina. Poikkeuksiakin on. Esimerkiksi matkailubisneksessä on siirrytty jo enemmän tunnelmalliseen maailmaan. Matkojen ostaminen on ennenkin ollut verkkokaupan edelläkävijänä, moni ei edes koe ostaneensa mitään netistä, vaikka lentoliput ja hotellivarausten sitä kautta olisi tehnytkin.

"Aiemmin on ollut haastavaa kehittää muuta kuin yhdenlaista käyttöliittymää, siksi sivustoista on tullut tylsiä. Nyt samasta verkkopalvelusta on helppo tehdä monta erilaista versiota, jotka luovat juuri sille käyttäjäsegmentille sopivaa tunnelmaa ja puhuttelevat. Frosmo-työkalujen ansiosta personointia on helppo tehdä eri asiakassegmenttien väleillä, ja sen jälkeen vielä yksilöidä palvelua jokaiselle käyttäjälle.", Gummerus kertoo.

Verkkokauppa on tulevaisuudessa jotakin aivan muuta, kuin mitä sillä nykyisin tarkoitetaan. Tietokoneen tai älypuhelimien ruudun sijasta ostoksille mennään vaikkapa virtuaalitodellisuudessa sijaitsevalle kauppapaikalle.

Ostosruutuja nähdään tulevaisuudessa vaikkapa kaupoissa ja huoltoasemilla, ja virtuaalitodellisuuden osalta Chrome ja Firefox tukevat vr-selailua jo nyt. Ensimmäisenä virtual reality -myynnin makuun pääsee matkailuala, joka voi suoraan näyttää millaista valitussa matkakohteessa olisi. Samaan aikaan tai jopa aiemmin sinne ryntäävät pelaajat, ja lopulta virtuaalitodellisuudessa voi käydä kauppaa kaikesta. Kauppapaikatkin voivat olla virtuaalimaailmoissa ihan minkälaisia tahansa, mitään fyysisiä rajoitteita ei enää ole. Myös vaatteiden sovittaminen päälle verkkokaupan kautta onnistuu lopulta,

"Enää ei tarvita perinteisiä suunnittelu- ja toteutusprojekteja käyttöliittymiä tehdessä."

FROSMO OY

→ Perustettu vuonna 2008 tarjoamaan virtuaalivaluuttapalveluita nettipeleihin. Vuoteen 2012 mennessä idea oli jalostunut nykyisenkaltaiseksi.

→ Pääkonttori on Helsingissä, ja lisäksi toimintaa on Varsovassa, Tukholmassa, Lontoossa, Barcelonassa ja uusimpana lisäyksenä Singaporessa.

→ Yrityksessä työskentelee noin 90 henkilöä, joiden joukossa on edustettuna peräti 30 eri kansallisuutta. Tämän vuoden loppuun mennessä väkimäärää on tarkoitus kasvattaa 120-140 työntekijään.

joko virtuaalilasien, tai sitten lisätyn todellisuuden (AR, augmented reality) ratkaisujen kautta. Ei välttämättä vielä ensi vuonna, mutta viiden vuoden sisällä jo varmasti.

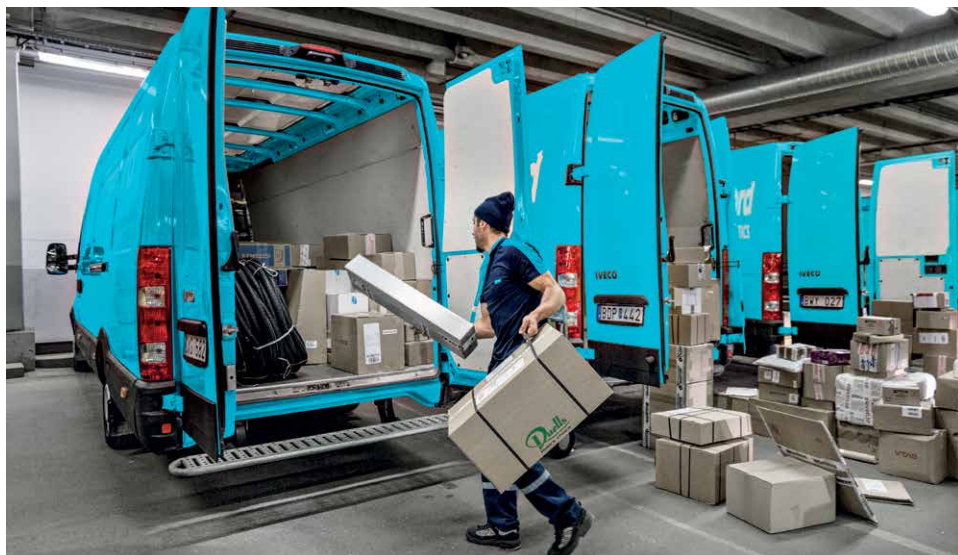
Liiketoiminnan näkökulmasta on tärkeää, että kaikkia sivustoja ja applikaatioita voidaan kehittää ja johtaa samalla, kevyellä menetelmällä.

VAIKKA FROSMON RATKAISU kuulostaakin pelkältä tekniikalta, pelkästä nörttien propellinpyörittelystä ei suinkaan ole kyse - oikeastaan päinvastoin. "Enää ei tarvita perinteisiä suunnittelu- ja toteutusprojekteja käyttöliittymiä tehdessä. Esimerkiksi eräs asiakkaamme toteutti monimutkaisen ja moni kielisen sivuston muutoksen responsiiviseksi sivustoksi kahdessa ja puolessa viikossa. Perinteisillä työkaluilla muutoksessa olisi vierähtänyt helposti vuosi. Jotkin asiakkaistamme puolestaan tekevät sivustoilleen yli 1 000 muutosta joka kuukausi."

Jollekin verkosta ostamisesta on edelleen jostain syystä kynnys ylittäväksi, oli syynä sitten tekniikan pelko tai joku muu syy.

"Etenkin fyysisistä tavaraa myyvät kaupat laahaavat matkailun ja sovelluskauppojen perässä juuri ihmisten arkuuden takia. Ja onhan niissä tietenkin enemmän myös haasteita myyjälle. Kaikki taustalla pyörivät järjestelmät ovat äärimmäisen tärkeitä, maksukäytävän, logistiikan, ja inventaarion pitää myös toimia. Vaikka käyttöliittymä ja -kokemus olisivat kunnossa, ei kauppa kauaa kannata, jos asiakas ei saa tilaamia tavaraitaan. Logistiikkayhtiöillä onkin tätä myöden tulevaisuudessa hirvittävä boomi päällä." ■

Uutisia



Paketit nyt myös R-kioskeille

→ Osa R-kioskeista liittyy tämän vuoden aikana Matkahuollon palvelupiste-verkostoon, jota myös PostNord käyttää toimituksissaan. Mukaan on tulossa runsaat 80 kioskia, joista noin puolet sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Kaikkiaan palvelupisteiden määrä nousee 1300:aan vuoden loppuun mennessä.



Terminaalit yhdistyivät

→ **POSTNORDIN** ja **UPK:n** terminaalit ovat yhdistyneet tammikuun alusta lähtien. Kaikki Vantaan terminaalitoiminnot sijaitsevat nyt Osumakujalla, mutta UPK:n Tulkintien terminaali toimii vielä lisä-

tilana maaliskuun loppuun saakka. Varsinaisesti PostNordin ja UPK:n fuusio astui voimaan 29.2.

"Terminaalien yhdistymisen eteen tehtiin runsaasti suunnittelutyötä, mutta siitä huoli-

matta toteutusvaiheessa ilmeni yllättäviäkin haasteita. Tilanne on kuitenkin normalisoitunut ja toimimme täydellä teholla yhteisissä tiloissa", sanoo kuljetustuotannosta vastaava Tapio Ignatius.

Lisää uusiutuvaa energiaa

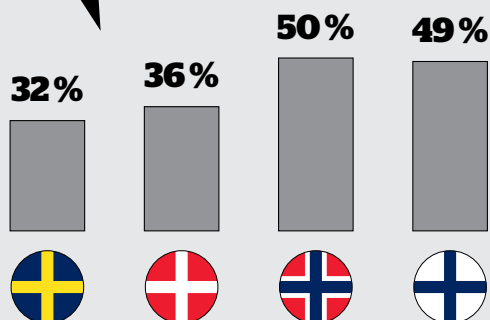
→ **POSTNORD** on saanut Vantaan Energialta vesivoimasertifikaatin, joka vahvistaa, että Osumakujalla käytetään vain uusiutuvaa sähköenergiaa. Käytännössä Vantaan Energia hankkii vähintään myyntiään vastaavan määrän uusiutuvilla energiamuodoilla tuotettua sähköä, jonka ulkopuolinen todentaja varmentaa vuosittain.

PostNord on tehnyt myös uuden konsernitason sähkösopimuksen, jonka jälkeen koko konsernin energiasta 85 prosenttia on uusiutuvaa energiaa. Luvassa on myös merkittäviä säästöjä sähkönkulutukseen esimerkiksi led-valoihin siirtymisen takia.

Nordic update

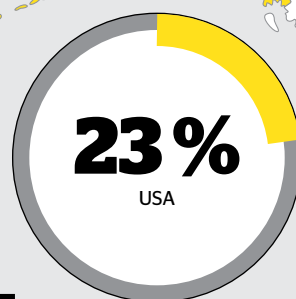
→ POHJOISMAISET MARKKINAT LUKUINA

NÄIN MONI KULUTTAJA OSTAA TUOTTEITA ULKOMAISISTA VERKKOKAUPOISTA



Ulkomaiset verkkokaupat kiinnostavat kuluttajia

Viime vuonna 40 prosenttia pohjoismaalaisista osti tuotteita ulkomaisista verkkokaupoista. Tavarointa ostettiin yhteensä noin neljän miljardin euron arvosta. Mutta mistä maista tavaraa ostetaan eniten? Ja mitkä ulkomailta ostetut tuotteet ovat suosituimpia?



VIIDEN KÄRKI: MAAT, JOISTA USEIMMAT POHJOISMAALAISET TEKEVÄT VERKKO-OSTOKSIA

VIIDEN KÄRKI: TUOTTEET, JOITA USEIMMAT POHJOISMAALAISET OSTAVAT ULKOMAISISTA VERKKOKAUPOISTA



1

31%
Vaatteet/kengät



2

20%
Viihde-elektroniikka



Kuorma-autot auttavat takana tulevia henkilöautoja

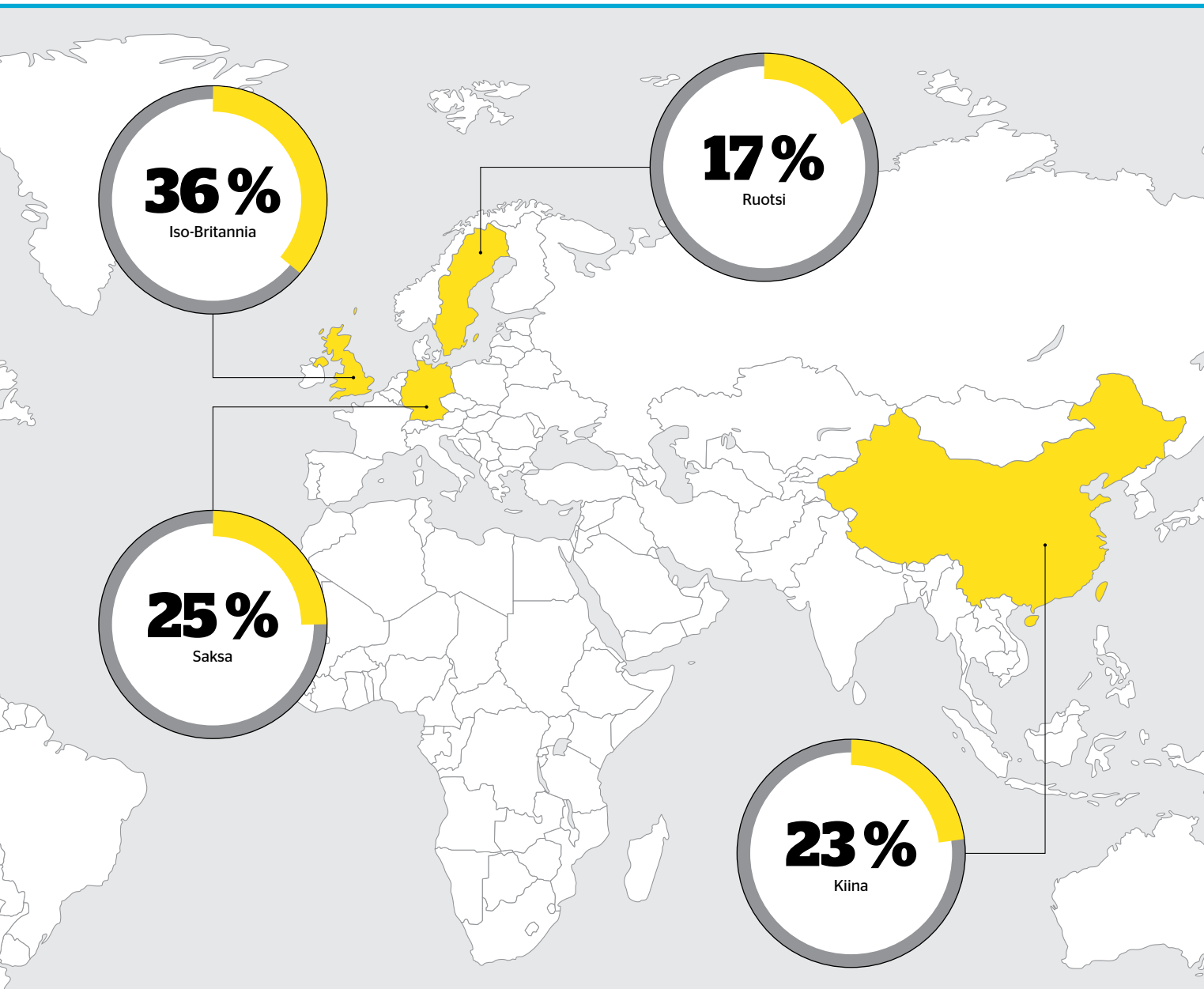
→ Suuri kuorma-auto peittää helposti takana tulevan henkilöauton näkyvyyden, mikä voi johtaa onnettomuuksiin. Tämä on ongelma erityisesti Argentiinassa, missä tiet ovat kapeita

ja mutkittavia. Samsung Electronics ja mainostoimisto Leo Burnett halusivat löytää ratkaisun argentiinalaisten ongelmaan. Ne kehittivät yhdessä videojärjestelmän, joka näyttää

kuorma-auton takana tulevan auton ajajalle, mitä kuorma-auton edessä tapahtuu.

Kuorma-autoa on kehitetty yhteistyössä teknisiin ratkaisuihin erikoistuneen

Ingemátican sekä perävaunuja suunnittelevan ja valmistavan argentiinalaisen Helvétican kanssa. Projektissa on mukana myös Volvo Trucksin Argentiinan-osasto.



3 19 % Media



4 12 % Kauneus/terveys



5 12 % Urheilu/vapaa-aika

Tekniikka

CLICK AND COLLECT

Verkkokauppa-asiakkaat saapuvat myymälöihin

Kicks on hyvää vauhtia saavuttamassa päämääränsä ja ottamassa paikan Pohjois-Euroopan johtavana kosmetiikkaketjuna. Menestyksen syitä ovat muun muassa monikanavaisuuteen panostaminen sekä click and collect -palvelu, jossa asiakkaat voivat noutaa verkosta tilaamansa tuotteet myymälästä.

TEKSTI MARKUS WILHELMSON

→ **ELOKUUSSA 2010** Kicks avasi verkkokaupan Ruotsissa tavoitteenaan tehdä siitä kolmessa vuodessa ketjun suurin yksittäinen myyntipiste. Lopulta siihen meni vain kuukausi. Vaikka Kicksin myyntiä ei erotella kirjanpidossa muista Axstores-konsernin yhtiöistä (Åhlénsista ja Lagerhausista), ei ole mikään salaisuus, että ketjun verkkokauppa ja 240 myymälää Ruotsissa, Norjassa ja Suomessa takovat voittoa.

- Kehitys on ollut huikeaa verkkokaupan avaamisen jälkeen, sanoo Kicksin e-commerce manager Jenny Vesterlund.

Menestyksen taustalla vaikuttavat panostukset asiakaskokemukseen, jossa logistiikka on tärkeä osa kokonaisuutta.

- Monet asiakkaistamme ovat ahkeria bloggaajia, ja he kirjoittavat usein nopeista toimituksistaamme.

TOIMITUSTAVAN VAPAAVALINTAISUUDESTA on PostNordin uusimman E-barometrin mukaan myös tullut yhä tärkeämpi asiakaskokemukseen vaikuttava tekijä. Nykyään kolme neljästä ruotsalaisesta kuluttajasta haluaa mahdollisuuden valita itse tuotteen toimitustavan.

- Yhä useammat asiakkaat tilaavat tuotteita verkosta ja noutavat ne sitten jostakin myymälästämme. Se tarjoaa meille verrattoman mahdollisuuden käydä vuoropuhelua asiakkaan kanssa ja vahvistaa hänen suhdettaan tuotemerkkiin, mikä luo puolestaan lisämyyntiä,



KUVA PETER PHILLIPS



Jenny Vesterlund,
Kicksin e-commerce
manager.

Jenny Vesterlund toteaa.

Kotiinkuljetus on aikaisemmin ollut hallitseva toimitustapa verkkokaupan alalla, mutta myös click and collect lisää koko ajan suosiotaan.

Isossa-Britanniassa, missä verkko-ostoksia tehdään henkilöä kohti eniten maailmassa, click and collect on jo pitkälti vakiintunut toimitustapa.

Joulukauppaan 2010 ajoittunut lumimyrsky potkaisu kehitykseen todellista vauhtia. Huono sää vaikeutti lähetyksen kotiinkuljetuksia, ja yhtäkkiä vaihtoehtoisista noutopisteistä tuli ainoa tapa saada tilaukset ajoissa perille.

BRITIT HUOMASIVAT, ETTÄ ratkaisu saattoi olla jopa kotiinkuljetuksia parempi. Ison-Britannian joulukauppa 2015 tarkastelleesta JDA/Centiro-ohjelmistoyhtiön tuoreesta tutkimuksesta käy ilmi, että 41 prosenttia

Sveitsin posti testaa lennokkeja

→ Sveitsin posti toteutti kesällä 2015 pilottikokeilun lennokieilla. Nyt se ottaa seuraavan askeleen ja ryhtyy testaamaan

lennokkeja, jotka voivat kantaa enintään kilon painavan lastin. Pakettikuljetuksia testataan lähikuukausien aikana.

Testit toteutetaan yhteistyössä Swiss World-Cargon ja amerikkalaisen lennokkivalmistajan Matternetin kanssa.



Sveitsin postin testaamat lennokit voivat kantaa vain enintään kilon painavan lastin.

KUVA YOSHIKO KUSANO



kuluttajista valitsi click and collect -palvelun ja että lähes puolet (49 prosenttia) pitää sitä kätevämpänä kuin kotiin-kuljetuksia.

Isossa-Britanniassa click and collect -palvelusta on tavallisesti kolme eri vaihtoehtoa:

- Tavara toimitetaan kuluttajaa lähellä sijaitsevaan paikkaan (vastaa meille tuttuja noutopisteitä).
- Tavara toimitetaan lukittuun säilytyslokeroon.
- Tavara toimitetaan myymälään.

Viimeinen vaihtoehto houkuttelee yhä useampia asiakkaita myös Ruotsissa.

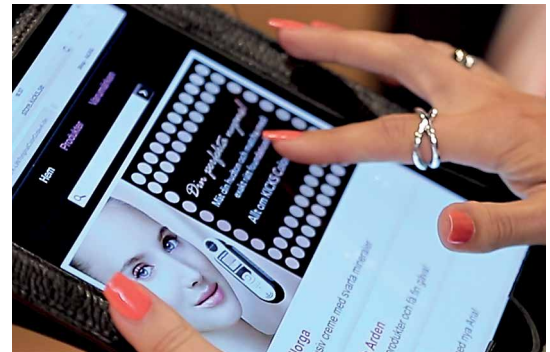
- Uskon, että Kicksin tapauksessa suosio johtuu siitä, että asiakkaat arvostavat mahdollisuutta tavata asiantuntijoita sekä saada neuvoja koulutetuilta meikkitaiteilijoiltamme ja ihoterapeuteiltamme.

Kicks on ryhtynyt jo varhain häivyttämään eri myynti-

"Asiakkaan on saatava Kicksistä sama kokemus kanavasta riippumatta"



1,3 miljoonaa ruotsalaista on mukana Kicksin asiakasklubissa. KUVA KJELL B PERSSON



Jos tuote on loppunut myymälästä, Kicksin asiakkaat voivat ostaa sen suoraan verkosta myymälän iPadilla. Tuote toimitetaan asiakkaan toivomaan paikkaan 1-2 päivän kuluessa.

kanaviensa välisiä rajoja. Yritys päätti heti alussa suhtautua verkkokauppaan myynti- ja markkinointihankkeena IT-projektin sijaan.

Yrityksen monikanavaisuusstrategia on muun muassa pitänyt sisällään iPadin toimittamisen jokaisen myymälän myyjien käyttöön. Jos asiakas kysyy tuotetta, jota ei löydy myymälästä, se voidaan tilata hänelle suoraan iPadilla. Samalla sekunnilla, kun asiakas maksaa ostoksensa myymälän kassalla, tilaus lähetetään Kicksin varastolle ja tuote toimitetaan asiakkaalle maksutta hänen valitsemaansa paikkaan 1-2 päivän kuluessa.

- Asiakkaan on saatava Kicksistä sama kokemus kanavasta riippumatta. Asiakaskokemuksen on toisin sanoen oltava saumaton. Asiakas ei erottele eri kanavia, eikä meidänkään pidä tehdä niin, Jenny Vesterlund sanoo.

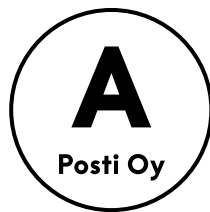
POSTNORD HUOLEHTII Kicksin kaikesta logistiikasta Ruotsissa. Lisäksi se vastaa ketjun myymälöiden täydentämisestä sekä asiakasviestinnästä osoitteellisen suoramarkkinoinnin kautta. 1,3 miljoonaa ruotsalaista on mukana Kicksin asiakasklubissa.

- PostNord on turvallinen ja vakaa kumppani, joka edustaa kehityksen kärkeä. Toimitusvarmuus on meille äärimmäisen tärkeää, Jenny Vesterlund sanoo.

Hän uskoo, että logistiikkaketjun viimeinen lenkki tulee ottamaan lähivuosina suuren harppauksen eteenpäin.

- Kuluttajat ohjaavat kehitystä. Uskon, että he tulevat vaatimaan toimituksilta entistä suurempaa joustavuutta sekä mahdollisuutta valita itse oman sijaintinsa perusteella, toimitetaanko tilaukset työpaikalle, kotiin vai myymälään. Viimeinen lenkki on äärimmäisen tärkeä positiivisen asiakaskokemuksen luomisessa, Jenny Vesterlund toteaa. ■

MARKUS WILHELMSON



Posti Green