



posti

Verkkokaupпамittari

syksy 2024



Sisältö

Liiketoimintajohdon katsaus	3
Postin Verkkokaupamittari	5
Ajankohtaista verkkokaupassa	11
• Suomalaisten ostoskorien arvo on noussut tänä vuonna	12
• Verkkokaupan varasto ulkoistetaan monesta eri syystä	13
• Secondhandin suosio kasvaa kohisten	15
• Marimekko Pre-loved: Secondhand tukee ajatonta designia.....	17

Postin Verkkokaupamittari seuraa verkkokaupan kehitystä Suomessa. Sen tavoitteena on antaa näkymää verkkokaupan nykytilaan ja kehitykseen.

Verkkokaupamittari pohjautuu säännölliseen mittaamiseen kuluttajakentässä ja Postin kuluttajille jakamiin verkkokauppalähetysiin. Mittarissa on mukana kaikki lähetykset, jotka olemme toimittaneet Suomessa kotiinkuljetuksella, automaatteihin, palvelupisteisiin ja postilaatikoihin.



Liiketoimintajohdon katsaus

Kohti vilkasta verkkokaupan sesonkia

Vaikka verkkokaupan kehitys on ollut maltillista, vuonna 2024 markkinalla on ollut jo varovaisia positiivisia merkkejä. Kuluttajien luottamus on kääntynyt nousuun, ja Postin matkassa kulkevien pakettien määrä on kasvanut edeltävästä vuodesta.

Kiina, käytetty ja kosmetiikka ovat nyt nousussa

Tutut trendit kiinnostavat ostajia. Kiinalaiset verkkokaupat kasvattavat edelleen jalansijaa markkinalla. Käytetty on suosiossa, ja uudet kiertotalouden ratkaisut vetävät asiakkaita puoleensa. Postin toimittamien, secondhand-aarteita sisältävien pakettien määrä on jopa viisinkertaistunut vuoden takaiseen verrattuna.

Tuotekategorioiden osalta olemme nähneet tänä vuonna kasvua kosmetiikassa. Ostaminen siirtyy vauhdilla kivijalasta verkkoon, ja kosmetiikkaa sisältäviä paketteja on kulkenut Postin matkassa enenevässä määrin, erityisesti postiluukusta sujahtavina pikkupaketteina. Sen sijaan kuluttajaelektroniikka ja lemmikkieläintarvikkeet ovat laskeneet pakettimäärissä vuoteen 2023 verrattuna.

Verkkokaupan nopeus on monelle kilpailuetu

Kustannustehokkuus ja nopeus ovat tällä hetkellä suosittuja aiheita keskusteluissamme verkkokauppojen kanssa. Lähes kaikki



miettivät keinoja vastata hintatietoisien ostajan tarpeisiin, ja osa hyödyntää nopeutta keinona erottautua muista.

Me Postissa kehitämme toimitusten nopeutta, jotta voimme vastata asiakkaidemme tarpeisiin. Aloitamme esimerkiksi lokakuussa pakettien lauantaitoimitukset suosituille noutopisteille ja kotiinkuljetuksena suosituille postinumeroalueille, jotta oman verkkokauppatilauksen voi saada yhä useampana päivänä viikossa.

Nopeutta hakevalle verkkokaupalle eivät kuitenkaan riitä vain nopeat toimitukset. Verkkokaupan nopeus tehdään koko logistiikan arvoketjussa. Varastolla on olennainen rooli, ja varaston keruurytmi kannattaakin miettiä järkevästi yhteen kuljetusten kanssa. Tälläkin saralla autamme asiakkaitamme onnistumaan.

Sesongin pakettimäärät kääntyivät viime vuonna kasvuun

On aika kääntää katseet kohti loppuvuoden sesonkia. Tänäkin vuonna Black Friday on iso lähtölaukaus vuoden vilkkaimmille viikoille, joilta odotetaan paljon.

Toimitimme joulun 2023 sesonkiviikkoina enemmän paketteja kuin vastaavaan aikaan edellisenä vuonna. Odotuksemme on, että sama trendi jatkuu, ja tänäkin jouluna paketteja kulkee Postin matkassa edeltävää enemmän.

Toivotan antoisia lukuhetkiä katsauksen parissa!

Kaj Kulp

liiketoimintajohtaja, verkkokauppalvelut

Odotuksemme on, että tänäkin jouluna paketteja kulkee Postin matkassa edeltävää enemmän.



Verkkokauppamittari



Verkkokaupпамittari näyttää, miten markkina on kehittynyt

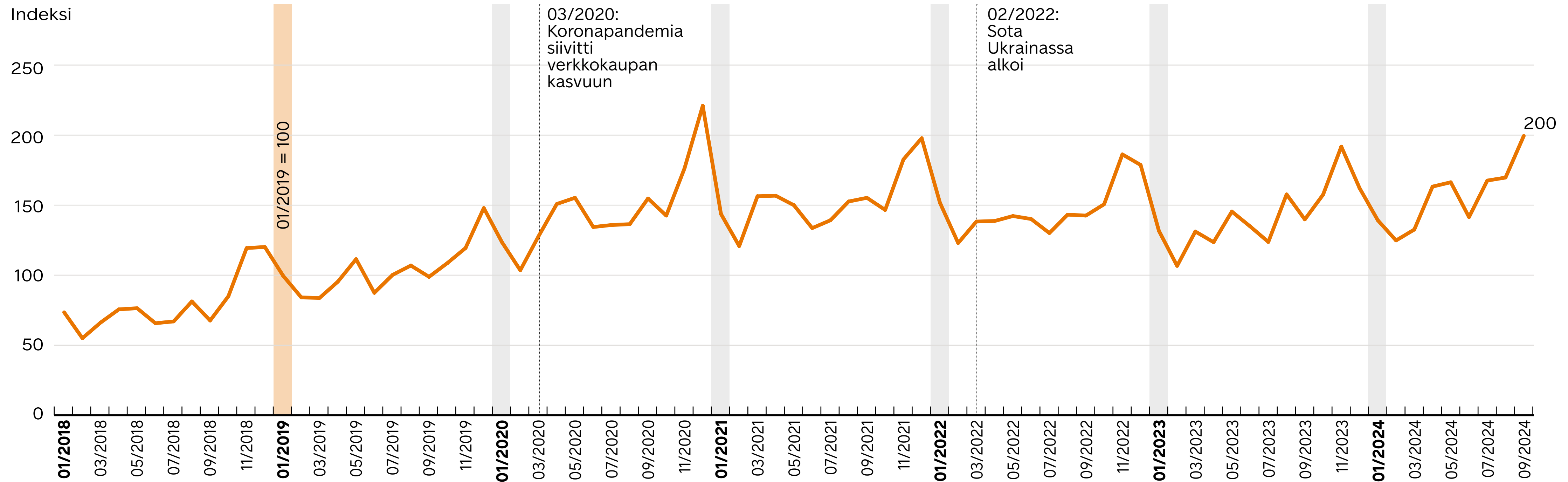
Postin Verkkokaupпамittari seuraa verkkokauppaa Suomessa. Sen tavoitteena on antaa näkymää verkkokaupan nykytilaan ja kehitykseen.

Verkkokaupпамittari pohjautuu säännölliseen mittaamiseen kuluttajakentässä*, Postin kuluttajille jakamiin verkkokauppalähetysiin ja Postin analyysiin. Mittari sisältää kaikki lähetykset, jotka olemme toimittaneet Suomessa kotiinkuljetuksella, automaatteihin, Posteihin ja postilaatikoihin.

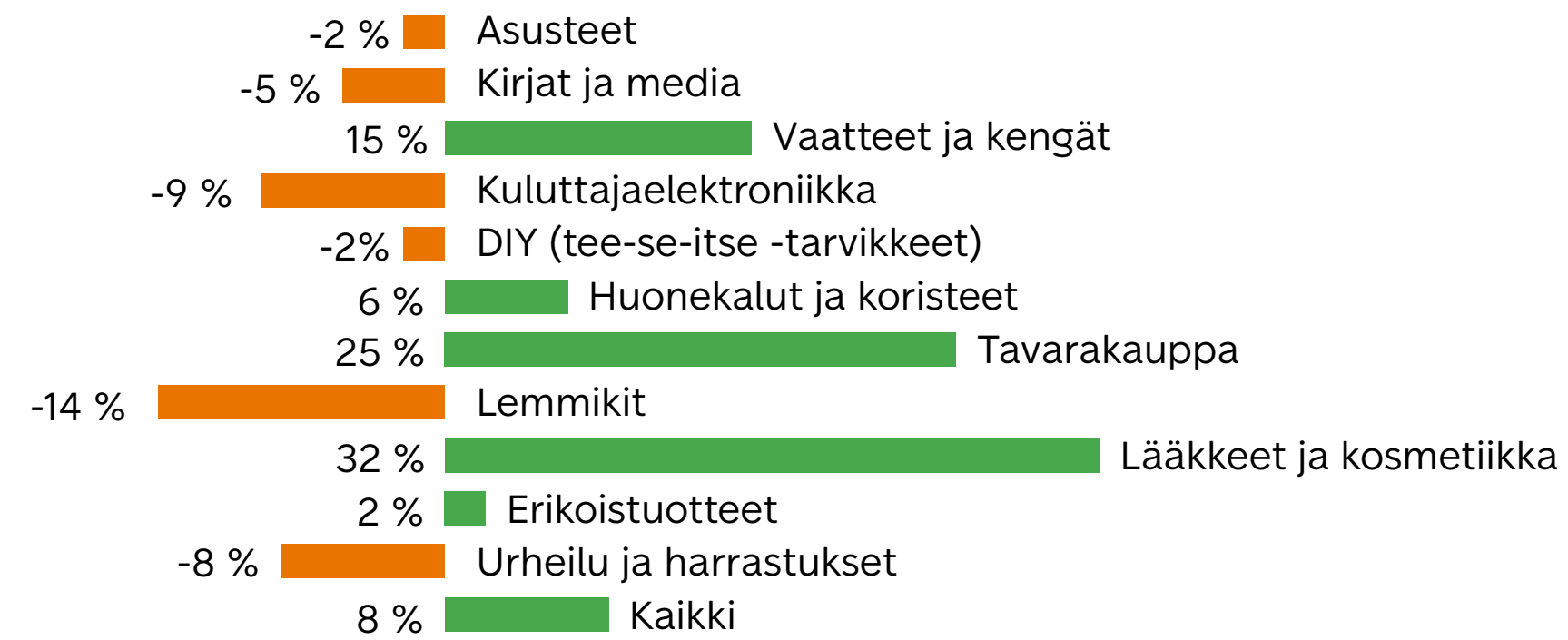
**Säännöllinen mittaaminen kuluttajakentässä kattaa kuukausitasolla noin 1 500 vastaajaa. Tiedot kerätään internetpaneelissa.*

Verkkokaupamittari näyttää kehityksen vuodesta 2018 vuoden 2024 syyskuuhun asti. Verkkokaupan pakettimäärät ovat tänä vuonna olleet hieman korkeampia kuin vastaavaan aikaan viime vuonna.

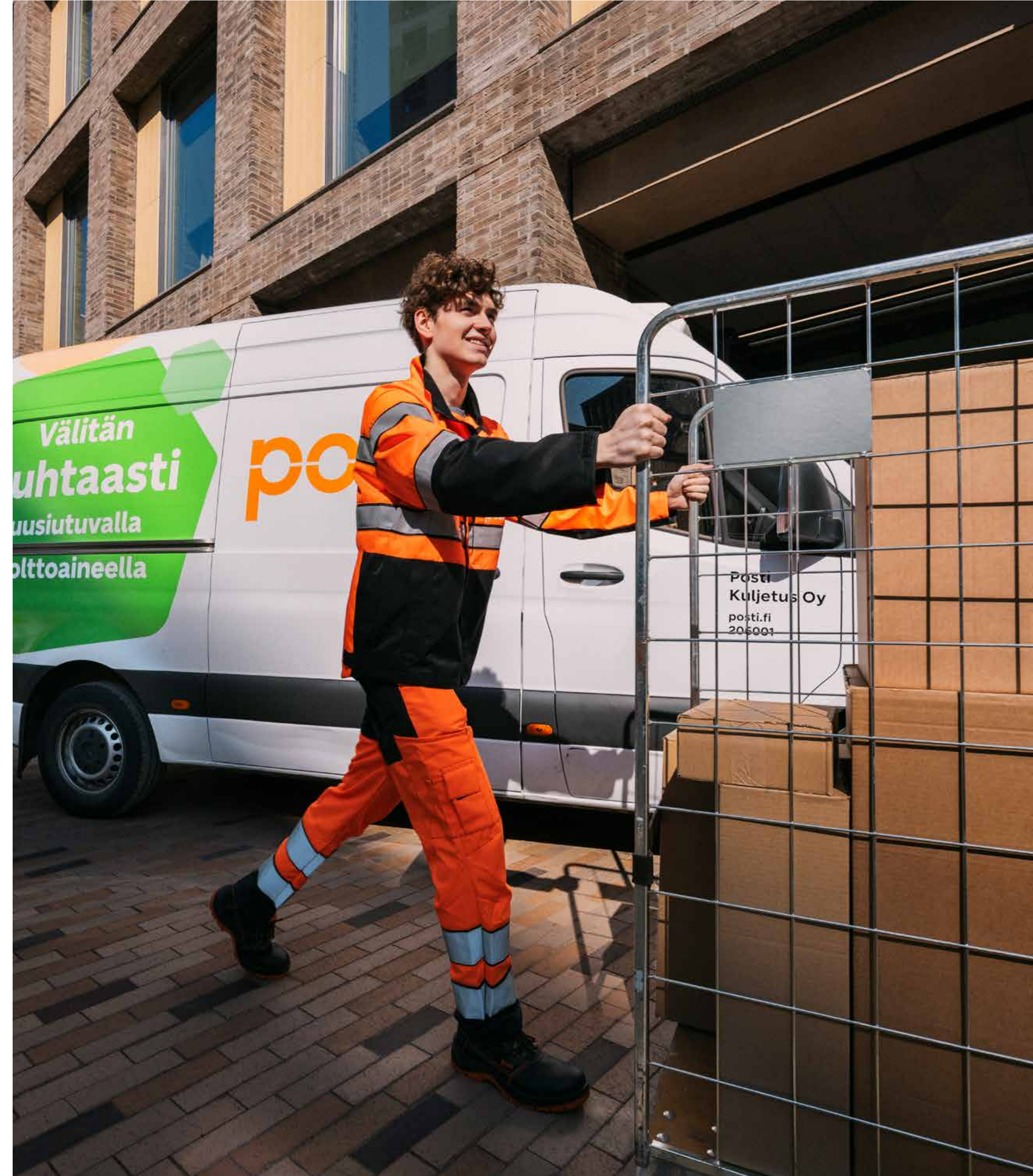
Kaupan kokonaiskehitys tammikuu 2018 – syyskuu 2024



Tuotekategorioiden kehitys 1–9/2023 vs. 1–9/2024



Tuotekategorioiden kehitys perustuu Postin toimittamiin verkkokauppalähetysiin. Toistaiseksi vuonna 2024 Postin toimittamien pakettien määrä on kasvanut erityisesti lääkkeiden ja kosmetiikan, tavarakaupan sekä vaatteiden ja kenkien osalta. Kehitystä verrataan vastaavaan ajanjaksoon vuonna 2023.



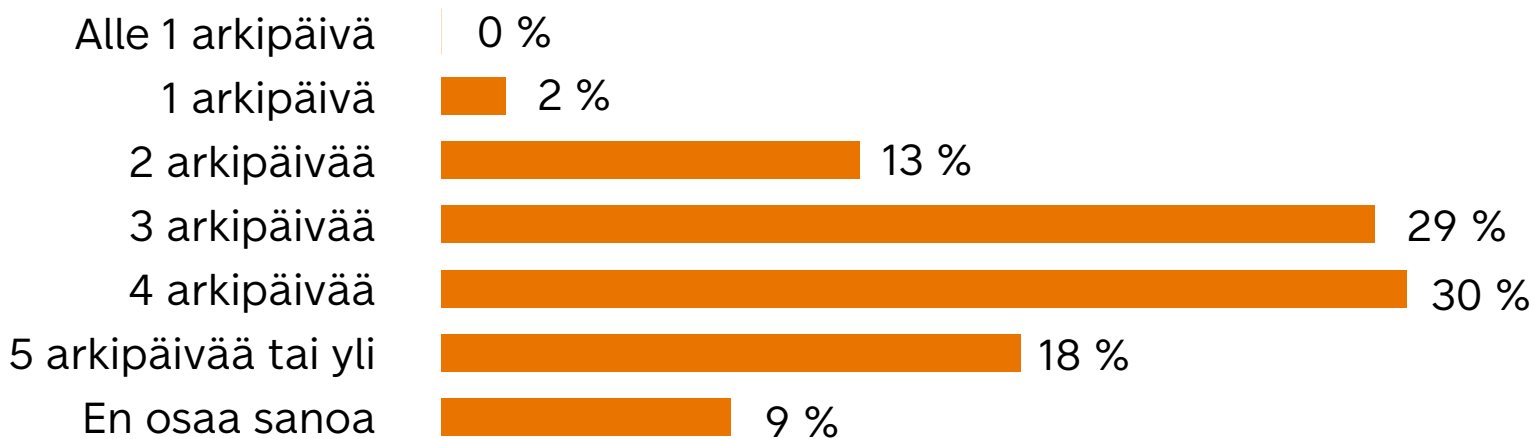
Halusimme täydentää Verkkokaupпамittarin tilannekuvaa ja teimme verkkokaupпakyselyn. Kysely toteutettiin kuluttaja-asiakkaiden yhteisöalustalla Postin testaamossa 23.–29.9.2024. Kyselyn vastaajat ovat Postin nykyasiakkaita. Vastausten määrä oli 650.

Kolme tärkeintä syytä tilata verkosta

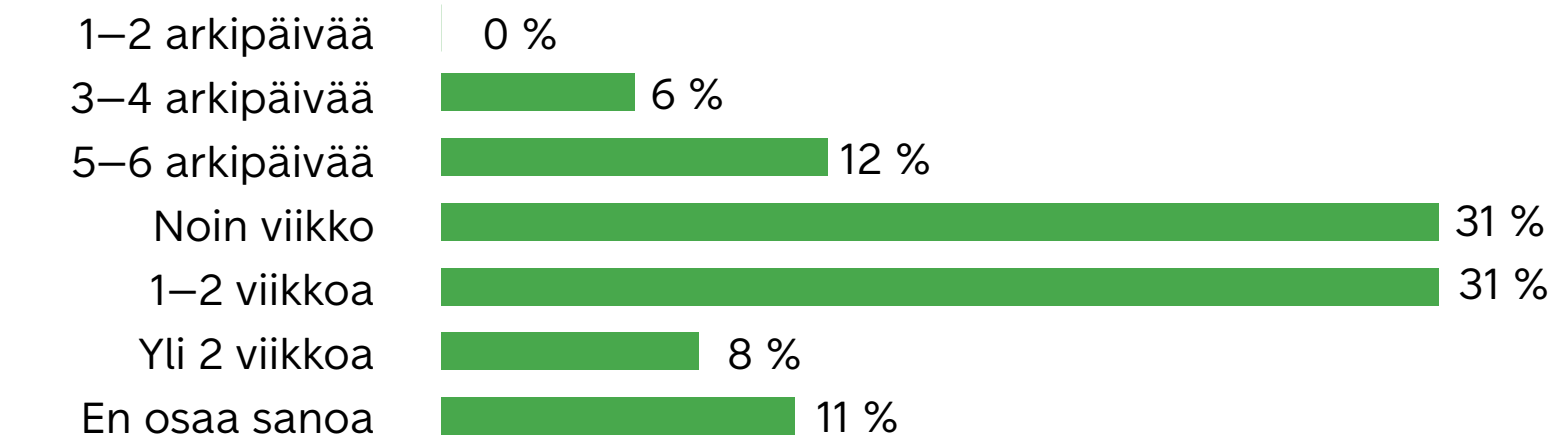
1. Verkkokaupпоjen edullisemmat hinnat tai paremmat tarjoukset	50 %
2. Voin tehdä ostokset minulle sopivaan aikaan	49 %
3. Verkosta ostamisen laajempi valikoima	44 %

Mikä on tilauksen teosta pisin toimitusaika, joka on mielestäsi hyväksyttävä?

Kotimaiset verkkokaupat



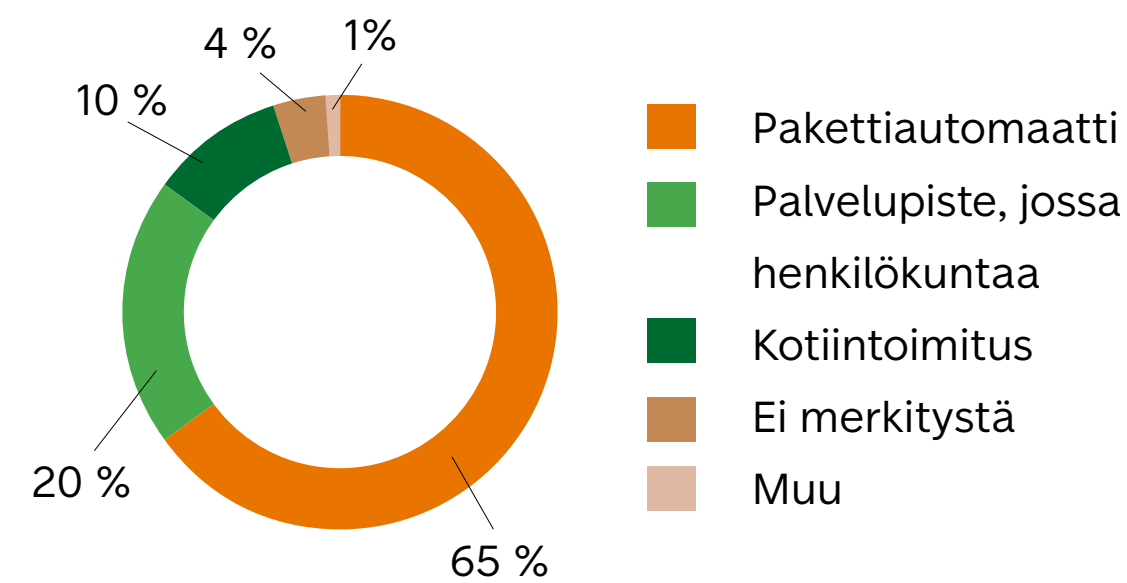
Ulkomaiset verkkokaupat



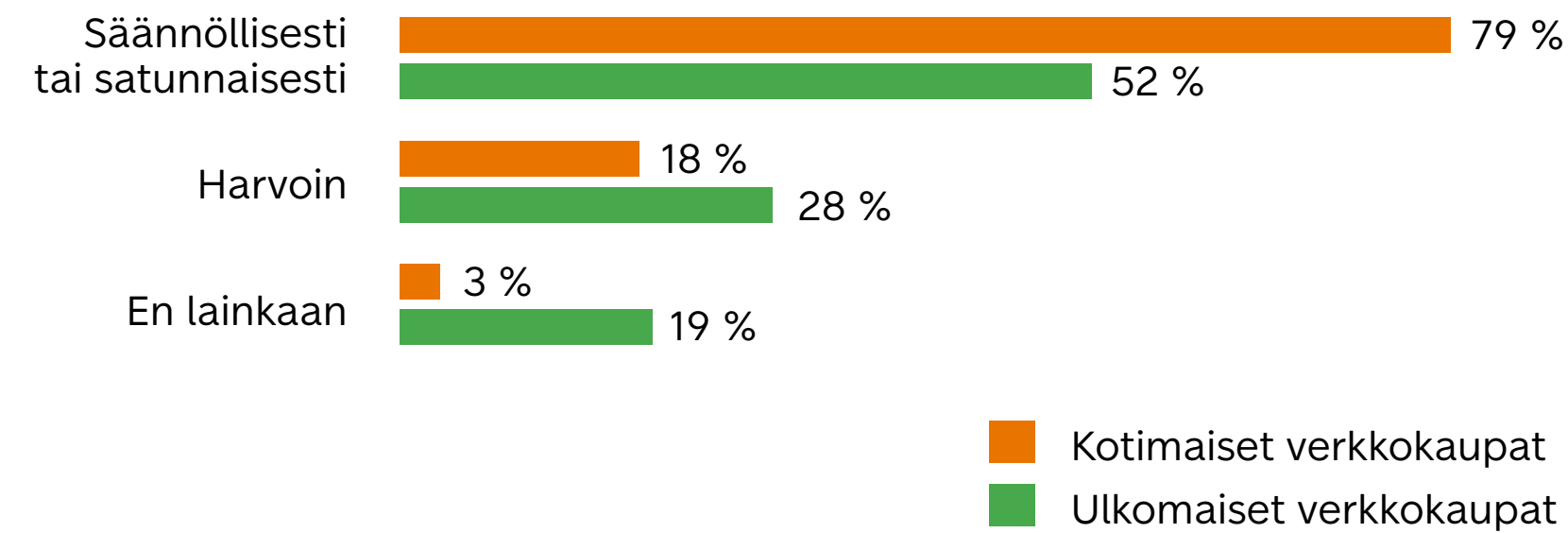
Lähde: Postin verkkokaupпakysely, syyskuu 2024



Miten vastaanotat pakettisi mieluiten?

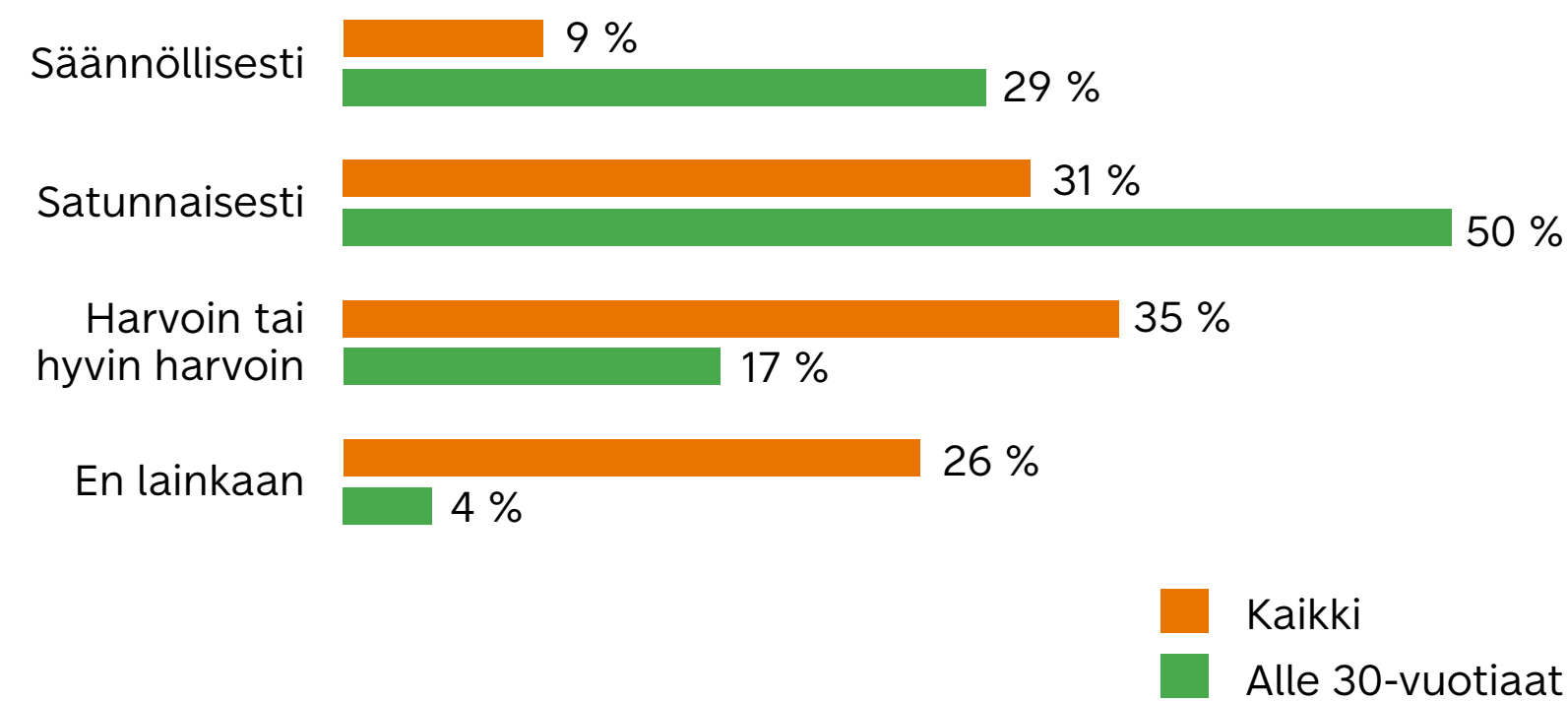


Kuinka usein tilaat kotimaisista ja ulkomaisista verkkokaupoista?

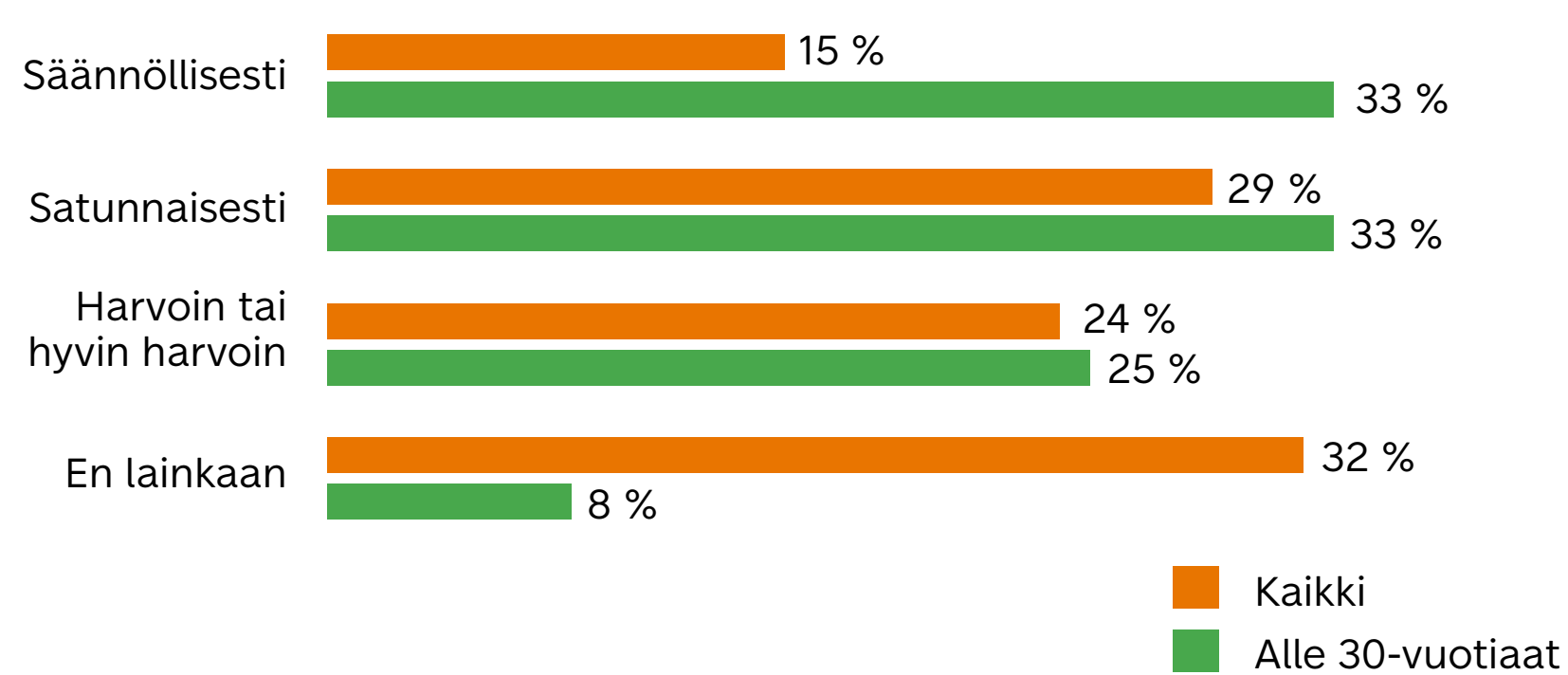


Noin **20 %**
tilaa verkosta
enemmän kuin
vuosi sitten.

Ostatko käytettyä tavaraa verkossa?



Myytkö käytettyä tavaraa verkossa?



Lähde: Postin verkkokauppakysely, syyskuu 2024

Ajankohtaista verkkokaupassa



Suomalaisten ostoskorien arvo on noussut tänä vuonna

Paytrail seuraa suomalaista verkkokauppaa ja sen maksuliikennettä laajasta näkökulmasta. Maksamisen osalta markkinalla eletään maltillisen kasvun vaihetta. Inflaation vaikutus vaihtelee toimialojen välillä: esimerkiksi matkustus ja tapahtumat ovat edelleen pandemianjälkeisessä nousussa, kun tavarakauppa on sen sijaan laskenut.

”Tiukempina taloudellisina aikoina näemme, että raha on kova konsultti. Hinta ohjaa tällä hetkellä suomalaisten ostopäätöksiä, kun aiemmin tuotteen valintaan on saattanut vaikuttaa vahvemmin esimerkiksi oma arvomaailma. Toisaalta Euroopan tasolla näemme, että luksustuotteiden kysyntä pitää pintansa, eivätkä niiden ostajat ole kavahtaneet taloudellisesti tiukempia aikoja”, kertoo Paytrailin toimitusjohtaja **Markus Laurio**.

Vaikka kotitalouksilla onkin käytössään vähemmän tuloja, Paytrailin data näyttää, että ostoskorin arvo on kasvanut kuluneen vuoden aikana.

”Yksi selitys ilmiölle voi olla, että verkko-ostamista tehdään harvemmin ja harkitummin sen sijaan, että se olisi

ajanvietettä. Silloin koriin klikataan kerralla kaikki tarpeellinen”, Laurio pohtii.

Asiakkaat haluavat verkossa maksamiselta helppoutta ja turvallisuutta. Helppoudesta ollaan kuitenkin valmiita joustamaan turvantunteen vuoksi, varsinkin lähiaikoina, kun maksun turvallisuuteen liittyvät asiat ovat olleet esillä julkisuudessa.

Maksutavoista mobiilimaksaminen on kasvanut viime vuosina. Sitä suosivat nuoremmat ostajat, kun pankkimaksu taas pitää pintansa vanhempien keskuudessa. Ostoksen arvo myös vaikuttaa valintaan: pienemmät maksut suoritetaan mobiilimaksuna, ja suuremmissa halutaan turvautua pankkimaksuun tai luottokorttiin. Suomen talouden ennustetaan kasvavan vuonna 2025. Sen pohjalta Paytrail uskoo myös verkkokaupan maksuliikenteen kasvuun.

”Digitalisaatio on Suomessa vielä kesken, ja palvelut jatkavat siirtymistään verkkoon. Se tarkoittaa sitä, että kun kaupankäynti kasvaa, verkko-ostaminen kasvaa suhteessa vielä enemmän”, Laurio toteaa.



Verkkokaupan varasto ulkoisesta monesta eri syystä

Varaston ulkoistaminen on päätös, jota moni verkkokauppa harkitsee toimintansa aikana. Ei ole yhtä tiettyä tilannetta, johon logistiikkakumppani haetaan avuksi, vaan syitä varastointipalveluiden käyttöön on monia.

Tilapäisestä henkilöstöstä koko varaston ulkoistamiseen

Usein verkkokaupan tarve varastointipalveluille herää varaston tai liiketoiminnan muutoksissa. Ehkä varaston vuokrasopimus on päättymässä tai sijainti on väärä toimituksia ajatellen. Toisaalta henkilöstömuutokset tai tarve keskittyä omaan ydintoimintaan voivat saada harkitsemaan ulkoistusta.

Kuten tarpeita, myös ratkaisuja on monia. Tilapäinen jousto- tai osa-aikainen henkilöstö voi paikata akuutissa tilanteessa. Sisälogistiikan ulkoistuksella toiminta pysyy omissa tiloissa, joihin kumppani tuo työntekijät, työkalut ja prosessit. Oman varaston



voi myös ulkoistaa kokonaan, jolloin varastointipalvelut siirtyvät kumppanin tiloihin.

”Vaikka kumppani huolehtii varastosta, varastoitavat tuotteet ovat yhä verkkokaupan omaisuutta. Varaston ulkoistus on verkkokaupan ja logistiikkakumppanin yhteinen hanke, joka perustuu pitkäaikaiseen kumppanuuteen”, kertoo **Antti Wikström**, joka vastaa Postin sopimuslogistiikasta.



Ajan ja rahan säästöä

Varaston ulkoistuksella haetaan muun muassa säästöä, joustoa, tehoja, lisää tilaa ja toimitusvarmuutta.

Kun viilaamme koko tilaus-toimitusketjun kuntoon yhdessä asiakkaidemme kanssa, potentiaalia verkkokaupan nopeutukseen on kymmeniä prosentteja. Nopeus onkin monelle suomalaiselle verkkokaupalle tapa, jolla se pystyy vastaamaan kansainvälisen verkkokaupan kasvuun. Myös kustannustehokkuus ja yhdessä kehittäminen

kiinnostavat tällä hetkellä asiakkaitamme. Varaston ulkoistus voi tuoda säästöjä, kun kiinteät kulut vaihtuvat muuttuviksi ja joustavat tarpeeseen, esimerkiksi sesonkivaihteluissa.

”Kyse on yrityksen valinnasta. Haluaako yritys investoida oman varaston seiniin vai rakentaa samalla rahalla esimerkiksi myymälän vauhdittamaan myyntiä? Kokemuksemme perusteella paukut halutaan tänä päivänä laittaa myynnin edistämiseen”, Antti kertoo.

Logistiikkakumppanina olemme esimerkiksi:

- Lisänneet toimitusketjun tehokkuutta, mikä kasvatti asiakkaan seuraavan päivän toimitusten osuutta 30 prosenttia.
- Karsineet turhaa työtä pois ja keskittäneet huomion lisäarvoa tuottaviin asioihin.
- Rakentaneet tarkemman, reaaliaikaisen näkymän varastomäärien seurantaan ja hallintaan, mikä vapauttaa työvoimaa ja kerryttää dataa työn ohjaamiseen tulevaisuudessa.
- Laskeneet varaston päästöt nolleen uusimalla varaston lämmitysjärjestelmän.



Secondhandin suosio kasvaa kohisten

Käytetyn kasvu jatkuu Suomessa. Postin matkassa kulkevien, secondhand-aarteita sisältävien pakettien määrä on viisinkertaistunut pelkän vuoden aikana.

Kaupan liiton mukaan secondhand-markkina on Suomessa jo miljardin euron arvoinen. Käytetyn verkkokauppa (recommerce) kasvaa tällä hetkellä noin kaksinkertaisella vauhdilla muuhun verkkokauppaan verrattuna

”On huimaa, kuinka paljon käytetyn verkkokauppa on kasvanut lyhyessä ajassa. Verkkokauppamainen kokemus ja yhä monipuolisempi valikoima ovat tehneet ostamisesta entistä houkuttelevampaa. Ennustamme tällä hetkellä Postissa, että markkina tulee kasvamaan noin 15 prosentin vuosivauhtia”, kertoo **Elina Rosenlund**, joka vastaa Postilla kuluttajien välisestä lähettämisestä.



Markkinaa kasvattaa Euroopassa lainsäädäntö ja muuttunut kuluttajakäytös. Euroopan unioni asettaa uusia vaatimuksia

esimerkiksi tuotteiden kestävyydelle, uudelleenkäytölle ja korjattavuudelle. Toisaalta asiakkaat ovat myös itse kiinnostuneempia kestävästä elämäntavasta.

Yhä useampi verkkokauppa haluaa käsiksi kasvavaan markkinaan

Verkkokauppoja käytetyn bisnespotentiaali kiinnostaa, mutta uusi tapa toimia tuo mukanaan myös haasteita.

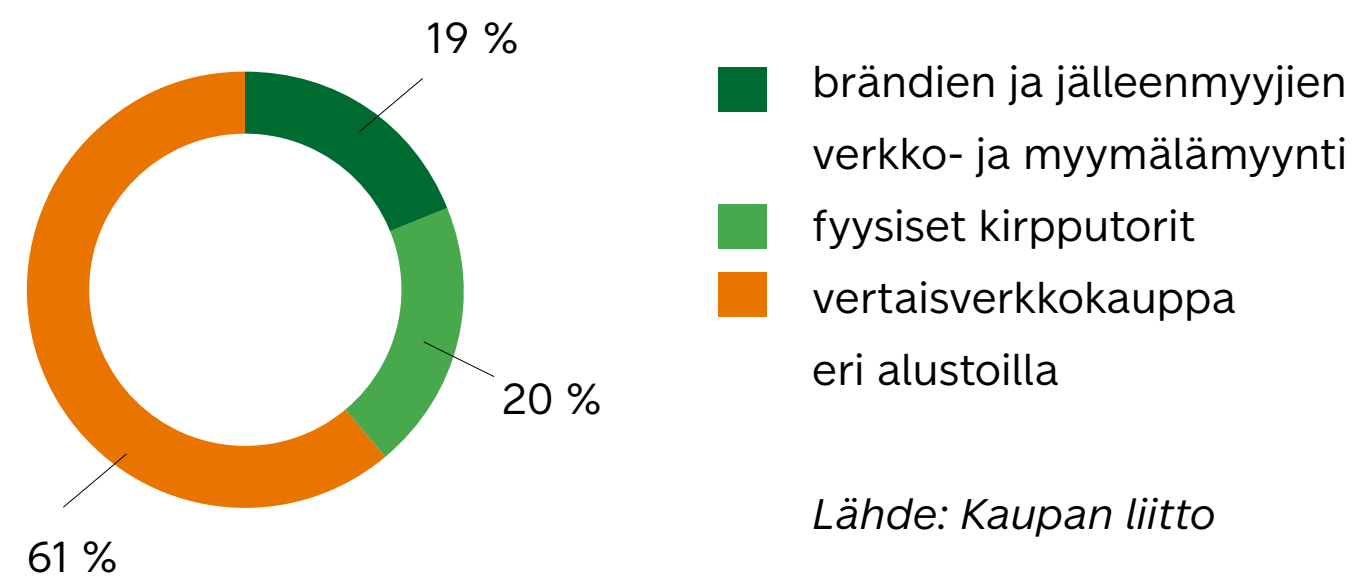
”Tällä hetkellä asiakkaitamme mietityttää erityisesti se, miten päästä vaivattomasti mukaan käytettyjen tuotteiden markkinaan ja mitkä ovat ilmiön vaikutukset perinteiseen lineaariseen tapaan toimia. Myös kustannustehokkaiden logististen operaatioiden pystytys ja järjestelmätuki sekä liiketoiminnan skaalausmahdollisuudet huolettavat, mutta me autamme ratkomaan näitä haasteita”, kertoo Postin kiertotaloushanketta luotsaava **Elina Gustafsson**.



Kuntotarkastus, huolittelu ja korjaus vaativat oman tapansa toimia. Toisaalta ne ovat keinoja hyödyntää piilevä potentiaali käytettyjen tuotteiden myyntiarvon nostamisessa ja elinkaaren pidentämisessä. Esimerkiksi yhdessä tapauksessa noin 90 % verkkokaupan epäkuranteiksi luokitelluista palautuksista saatiin nostettua takaisin myyntikuntoisiksi.

”On hyvä huomioida, että kun myy omia käytettyjä tuotteita omissa kanavissaan, taustalla on oman brändin voima. Huolittelemalla sekä tuotteet että niiden esillepano, voidaan erottautua massoista ja pitää huolta oman brändin hinta- ja laatumielikuvasta sekä tavoittaa suoraan uusia kiertotaloudesta kiinnostuneita kohderyhmiä. Bisnespotentiaalia ei siis kannata laskea sillä, mitä asiakkaasi pyytävät tuotteistasi markkinapaikoilla”, Elina vinkkaa.

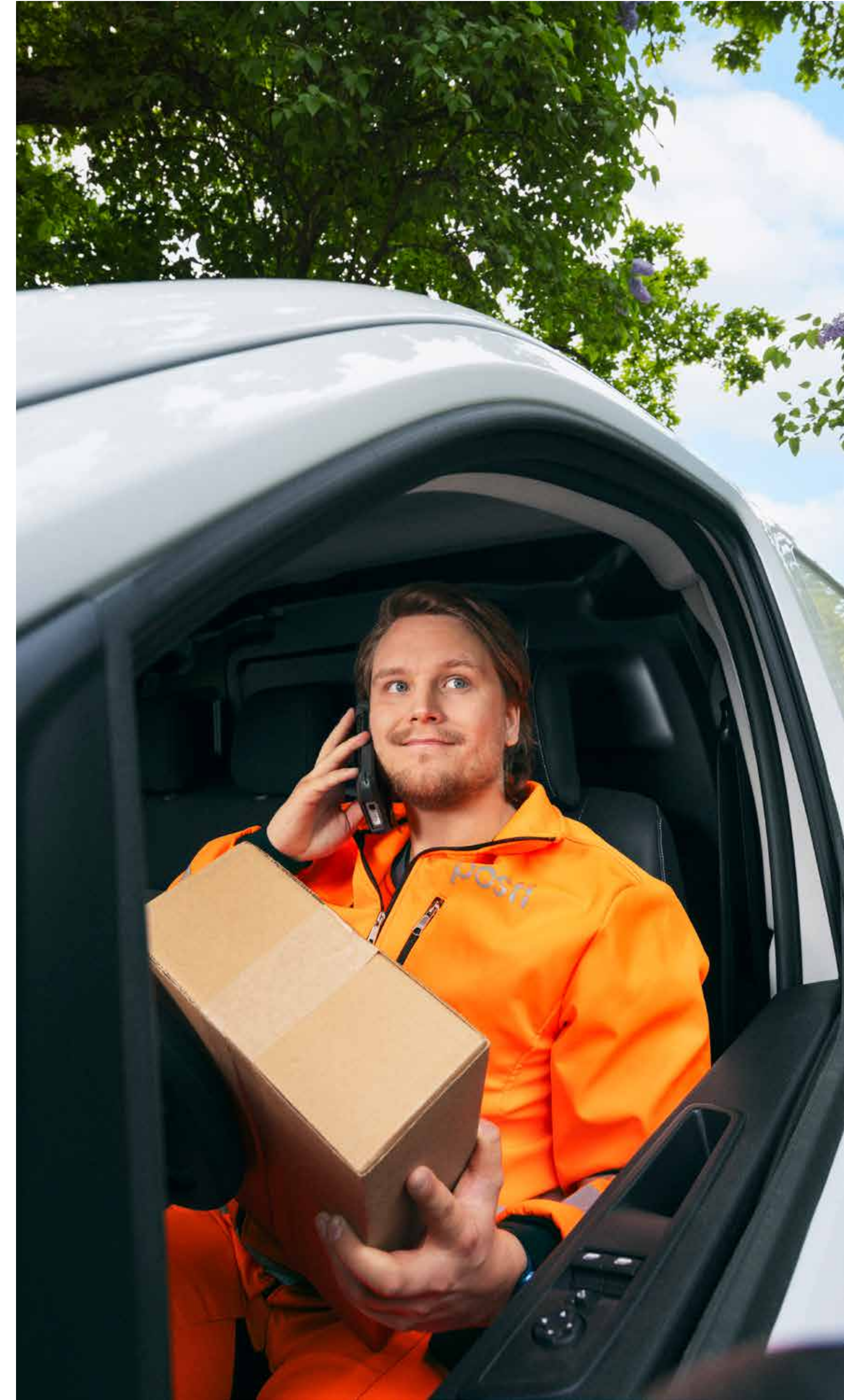
Secondhand-markkina Suomessa



Lähde: Kaupan liitto

245 miljardia

Euroopan recommerce- markkinan arvo vuonna 2030.





Marimekko Pre-loved: Secondhand tukee ajatonta designia

Marimekko Pre-loved on vuonna 2022 lanseerattu second-hand- ja vintage-tuotteiden myyntiin keskittyvä markkinapaikka, jossa voi ostaa ja myydä brändin ajattomia tuotteita. Marimekolle se on yksi konkreettinen ja asiakkaille näkyvä tapa toteuttaa Marimekon vastuullisuusstrategian yhtä kolmesta pääperiaatteesta: ajaton design tuo iloa sukupolvesta toiseen.

”Pre-loved linkittyy läheisesti design-filosofiaamme, joka perustuu ajattomiin, käytännöllisiin ja korkealaatuisiin tuotteisiin. Näemme, kuinka jopa 50-, 60- ja 70-lukujen vintage-tuotteet löytävät uusia koteja markkinapaikan kautta”, kertoo Marimekon Digital Commerce Specialist **Zi Yi Pei**.

Secondhand-markkina on tarjonnut Marimekolle myös mahdollisuuden tavoittaa uusia asiakkaita. Erityisesti

nuoremmat ostajat ovat olleet kiinnostuneita hankkimaan vastuullisia ja edullisempia secondhand-tuotteita. Osalle heistä Pre-loved voi olla ensimmäinen kosketus Marimekon maailmaan.

Toimituspalvelut täydentävät asiakaskokemusta

Marimekko Pre-lovedin myyjät voivat joko julkaista itse myynti-ilmoituksia verkkopalvelussa tai tuoda myytävät tuotteet valittuihin Marimekko-myymälöihin. Vaikka kumpikin vaihtoehto on suosittu, Pei tiimeineen on yllättynyt erityisesti myymälöiden toimituspalvelun suosiosta. Moni haluaa tuoda tuotteet myymälään sen helppouden vuoksi.

”Kunnia myymälän toimituspalvelun menestyksestä kuuluu loistavalle henkilökunnallemme, jolla on ratkaiseva rooli käytettyjen Marimekko-tuotteiden tarkistamisessa. Moni heistä kokee tehtävän merkitykselliseksi ja on siitä henkilökohtaisesti kiinnostunut”, Pei kertoo.



Marimekko tutkii parhaillaan erilaisia tapoja laajentaa suosittua tuotteiden toimituspalvelua entisestään. Marimekko on myös yhdessä Postin kanssa pilotoinut vuonna 2024 korjauspalveluiden tarjoamista Pre-loved-tuotteille.

Secondhand ja ensisijaiset myyntikanavat tukevat toisiaan

Marimekko Pre-loved on edelläkävijä Suomen secondhand-markkinalla. Mitä sen matka voi opettaa muille yrityksille, jotka haluavat mukaan second-handin maailmaan?

Marimekko Pre-lovedin osalta tärkeä fokusalue on ollut se, että yritys kasvattaa ensisijaisia myyntikanaviaan ja secondhandia rinnakkain.

“Tarjoamme Pre-loved-myyjille vaihtoehdon lunastaa myyntituotot joko Marimekon lahjakorttina tai rahana. Moni valitsee lahjakortin, joka muuttuu jälleen myynniksi ensisijaisissa kanavissamme. Vaikka lahjakortin valintaan on myös rahallinen kannustin, uskomme, että brändiuskollisuus ja uuden mallistomme houkuttelevuus ovat isossa roolissa päätöksenteossa”, Pei kertoo.

Marimekko Pre-lovedin tärkeä fokusalue on kasvattaa ensisijaisia myyntikanaviaan ja secondhandia rinnakkain.



posti