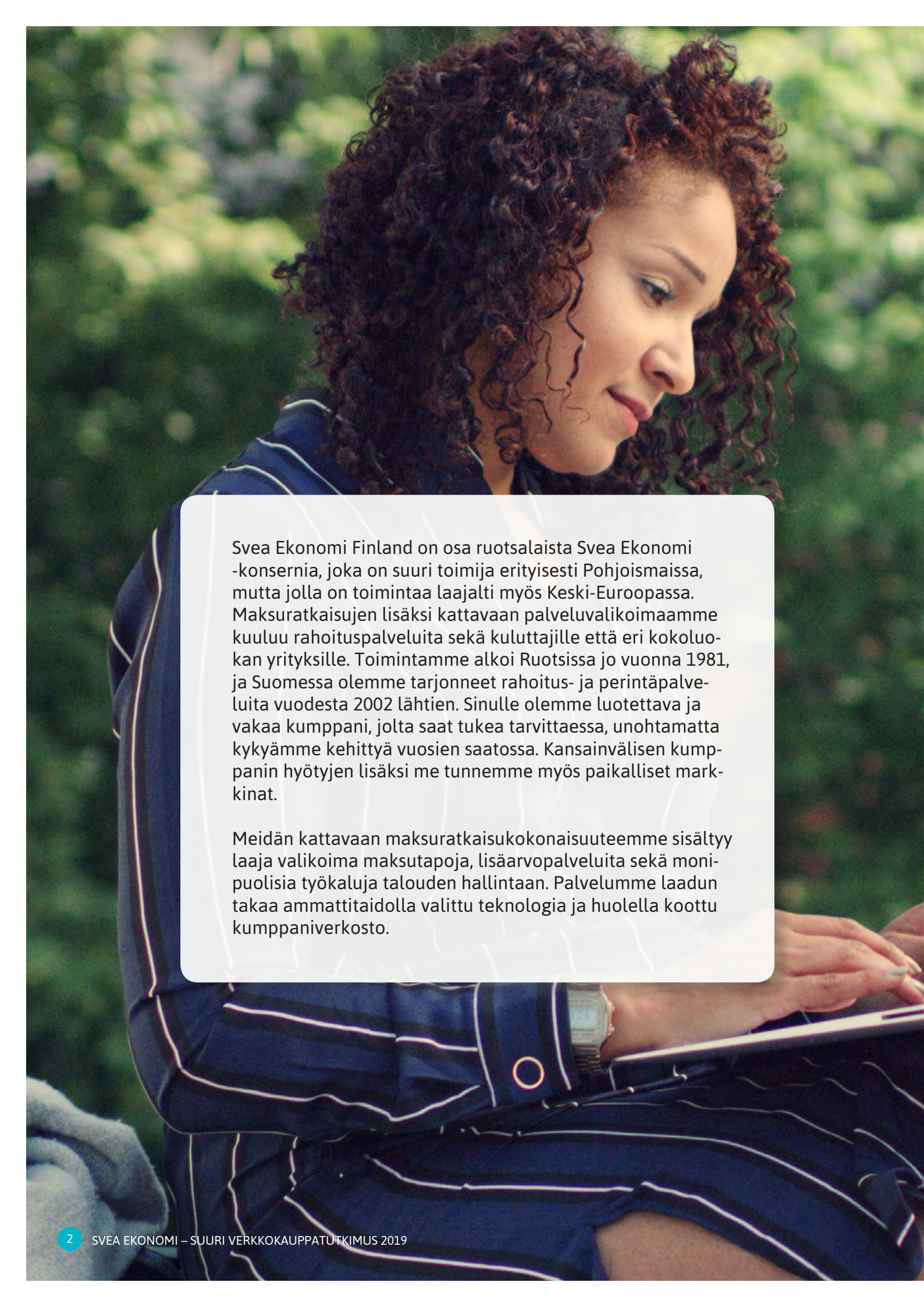


SVEA
EKONOMI

Enemmän mahdollisuuksia

**OSTAMINEN
ON JO
SIIRTYNYT
VERKKOON,
OLETHAN
SINÄKIN?**

SVEA EKONOMI – SUURI VERKKOKAUPPATUTKIMUS 2019

A woman with voluminous, curly brown hair is shown in profile, looking down at a laptop screen. She is wearing a dark blue jacket with white piping. The background is a soft-focus green, suggesting an outdoor setting. A white text box is overlaid on the image, containing text in Finnish.

Svea Ekonomi Finland on osa ruotsalaista Svea Ekonomi -konsernia, joka on suuri toimija erityisesti Pohjoismaissa, mutta jolla on toimintaa laajalti myös Keski-Euroopassa. Maksuratkaisujen lisäksi kattavaan palveluvalikoimaamme kuuluu rahoituspalveluita sekä kuluttajille että eri kokoluokan yrityksille. Toimintamme alkoi Ruotsissa jo vuonna 1981, ja Suomessa olemme tarjonneet rahoitus- ja perintäpalveluita vuodesta 2002 lähtien. Sinulle olemme luotettava ja vakaa kumppani, jolta saat tukea tarvittaessa, unohtamatta kykyämme kehittyä vuosien saatossa. Kansainvälisen kumppanin hyötyjen lisäksi me tunnemme myös paikalliset markkinat.

Meidän kattavaan maksuratkaisukokonaisuuteemme sisältyy laaja valikoima maksutapoja, lisäarvopalveluita sekä monipuolisia työkaluja talouden hallintaan. Palvelumme laadun takaa ammattitaidolla valittu teknologia ja huolella koottu kumppaniverkosto.

Me Svea Ekonomilla teemme töitä tukeaksemme asiakkaitamme heidän liiketoiminnassaan parhaan kykymme mukaisesti. Siksi olemme nyt toista vuotta peräkkäin tutkineet Suomen verkkokaupparkkinaa. Tutkimus auttaa meitä ymmärtämään markkinaa paremmin, ja siten tukemaan asiakkaittemme yritysten kehitystä entistä paremmin. Tutkimus tehtiin IRO Researchin kuluttajapaneelin kautta, jossa kyselytutkimukseen vastasi 1000 henkilön suomalaisia kuluttajia edustava otos.

Teimme myös useita kattavia kvalitatiivisia haastatteluja henkilöiden kanssa, jotka työskentelevät verkkokauppavastaavina tai vastaavissa rooleissa suurissa ja keskikokoisissa verkkokaupoissa.

-
- ***Tutkimus toteutettiin verkkokyselynä IRO Researchin kuluttajapaneelissa.***
 - ***Tiedonkeruu tehtiin 11.-19.3.2019 ja 17.-26.5.2019 välisenä aikana.***
 - ***Kyselyn kohderyhmänä olivat valtakunnallisesti suomalaiset yli 18-vuotiaat henkilöt, jotka olivat ostaneet jotain verkosta kuluneen vuoden aikana (pois lukien kuluttajien välinen kaupankäynti verkossa C2C).***
 - ***Vaatimukset täyttäviä vastaajia oli 1000.***

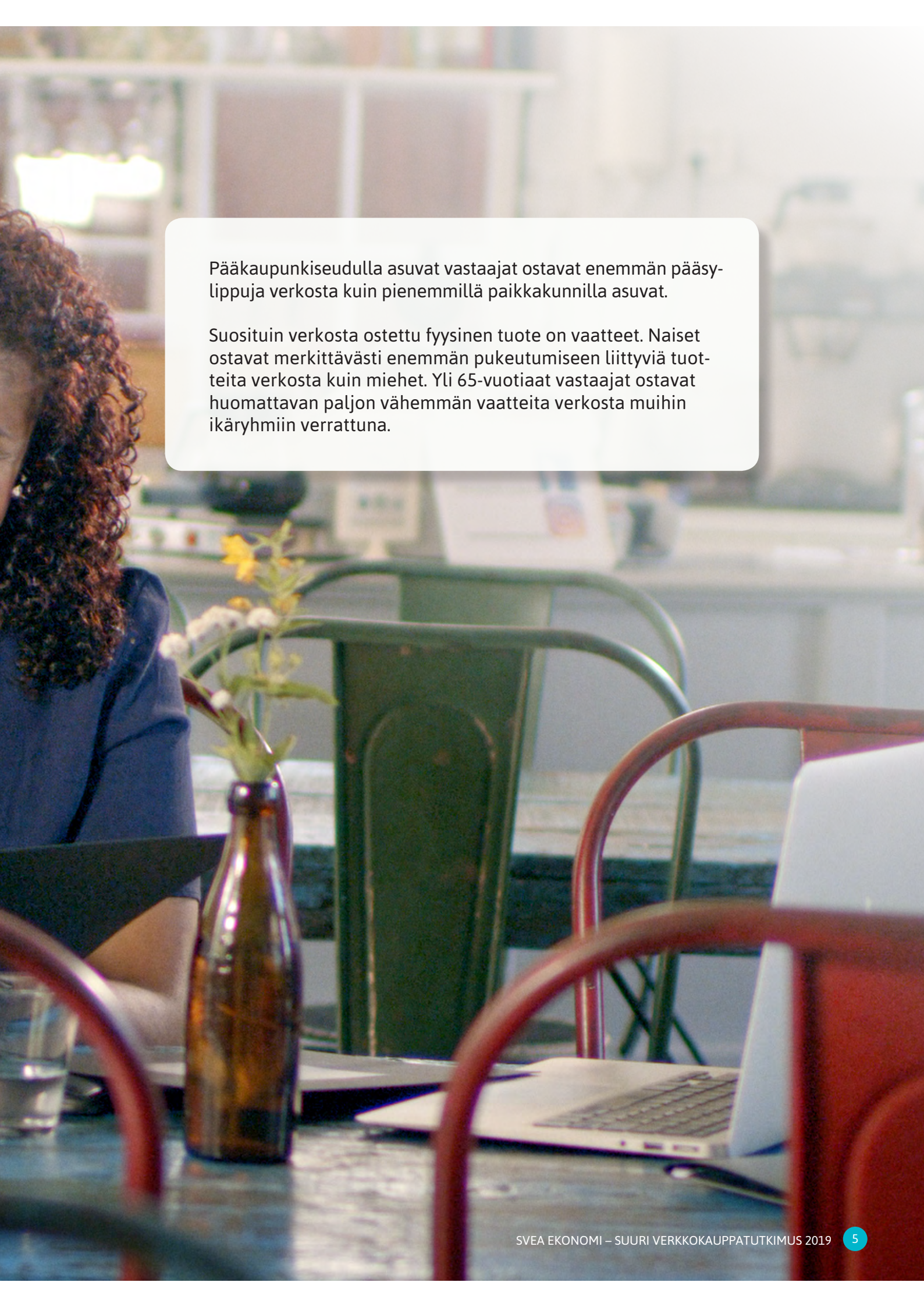
A photograph of two women sitting at a table in what appears to be a cafe or office setting. The woman on the left has long blonde hair and is looking down at a tablet. The woman on the right has curly dark hair and is smiling while looking at the tablet. In the background, there are shelves with various items and a person standing. The overall atmosphere is professional and collaborative.

8/10 SUOMALAISESTA OSTAA VERKKOKAUPOISTA VUOSITTAIN.

79 % on tehnyt ostoksia verkossa viimeisen 12 kuukauden aikana (poislukien kuluttajien väliset kaupat).

Viime vuoteen verrattuna ei verkosta eniten ostettujen tuotteiden ja palveluiden osalta ole tapahtunut suuria muutoksia. Verkosta ostetaan edelleen eniten:

- pääsy- ja elokuvalippuja,
- vaatteita (sis. urheiluvaatteet),
- matkailutuotteita sekä
- kirjoja ja lehtiä.

A woman with curly hair is seated at a table in a cafe or office setting. On the table, there is a laptop, a glass of water, and a vase with yellow and white flowers. The background shows a blurred office environment with shelves and a desk.

Pääkaupunkiseudulla asuvat vastaajat ostavat enemmän pääsylippuja verkosta kuin pienemmillä paikkakunnilla asuvat.

Suosituin verkosta ostettu fyysinen tuote on vaatteet. Naiset ostavat merkittävästi enemmän pukeutumiseen liittyviä tuotteita verkosta kuin miehet. Yli 65-vuotiaat vastaajat ostavat huomattavan paljon vähemmän vaatteita verkosta muihin ikäryhmiin verrattuna.

”Mistä tuoteryhmistä olet tehnyt verkko-ostoksia viimeksi kuluneen 12 kuukauden aikana?” Kaikki vastaajat, n = 1000



Pukeutuminen on useimmin ostettu fyysinen tuote.

Verkko-ostoksiin käytetty rahamäärä on kasvanut viime vuodesta.

Verkko-ostoksiin käytetään vuosittain

1179€

– Talouden tulot ja asuinpaikka korreloivat vahvasti

Naiset käyttävät verkko-ostoksiin vuodessa

1044€

Miehet käyttävät verkko-ostoksiin vuodessa

1320€

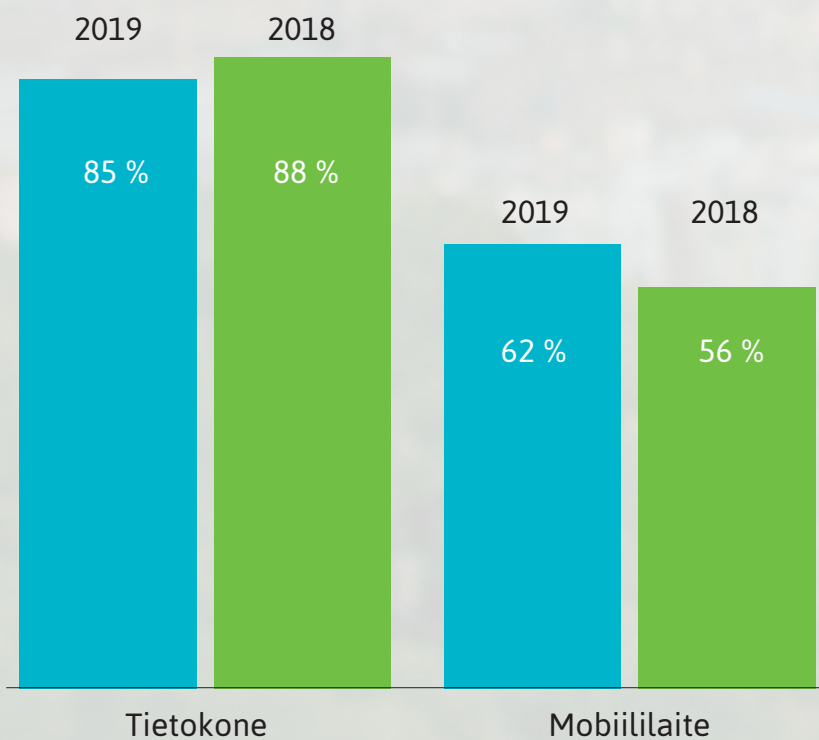
Korkeampiin tuloluokkiin kuuluvat ja isommissa kaupungeissa asuvat käyttävät huomattavasti enemmän rahaa verkko-ostoksiin kuin pienempiin tuloluokkiin kuuluvat ja pienemmällä paikkakunnilla asuvat henkilöt. Huomionarvoista on kuitenkin, että maalaiskunnissa asuvat käyttävät nyt jopa 50 % enemmän rahaa verkko-ostoksiin viime vuoteen verrattuna. Miehet käyttävät jonkin verran enemmän rahaa verkko-ostoksiin kuin naiset.


92 % vastaajista on tehnyt ostoksia suomalaisista verkkokaupoista kuluneen 12 kuukauden aikana, kun taas puolet on tehnyt ostoksia ulkomaisista verkkokaupoista. Nuorempi sukupolvi ostaa rohkeammin – jopa kaksi kertaa enemmän – ulkomaisista verkkokaupoista kuin vanhempiin ikäryhmiin kuuluvat henkilöt.

25-34-
vuotiaat:
83 %
on ostanut
mobiililaitteella

Yli 65-
vuotiaat:
37 %
on ostanut
mobiililaitteella

Verkko-ostosten tekemiseen käytetyt laitteet





Verkko-ostoksia tehdään edelleen useimmiten tietokoneella, mutta myös mobiililaitteiden käyttö yleistyy: 23 % kaikista vastaajista on ostanut verkosta tabletilla, kun taas 39 % on käyttänyt älypuhelinta verkko-ostosten tekemiseen.

25-34-vuotiaat vastaajat ostavat eniten mobiililaitteilla; jopa 83 % on käyttänyt tablettia tai älypuhelinta verkko-ostosten tekemiseen. Myös muissa ikäryhmissä jopa yli puolet vastaajista sanoo käyttävänsä mobiililaitteita, ja ainoastaan yli 55-vuotiaat vastaajat käyttävät mobiililaitteita ostosten tekemiseen jokseenkin vähemmän.

A close-up photograph of a woman with dark, curly hair, wearing a brown and blue patterned sweater. She is holding a blue mug to her lips and drinking. The background is a soft, out-of-focus grey.

OSTAMME VERKOSTA, KOSKA SE ON HELPPOA JA NOPEAA.

Samoin kuin viime vuonna, pitää 64 % vastaajista verkosta ostamista helpompana kuin kivijalkaliikkeessä asiointia. Myös muut suosittu syyt verkko-ostosten tekemiseen ovat tuttuja jo viime vuoden tutkimuksesta:

- **62 % ostaa verkosta säästääkseen aikaa**
- **61 % ostaa verkosta laajemman valikoiman takia.**

Laaja tuotevalikoima on erityisen tärkeää pienemmissä kaupungeissa ja maalaiskunnissa asuville. Halvemmat hinnat vetoavat enemmän miehiin kuin naisiin.

Ulkomaisilta sivustoilta ostavien verkko-ostamiseen vaikuttavat merkittävästi ostosten teon helppous, verkon paremmat valikoimat sekä halvemmat hinnat.

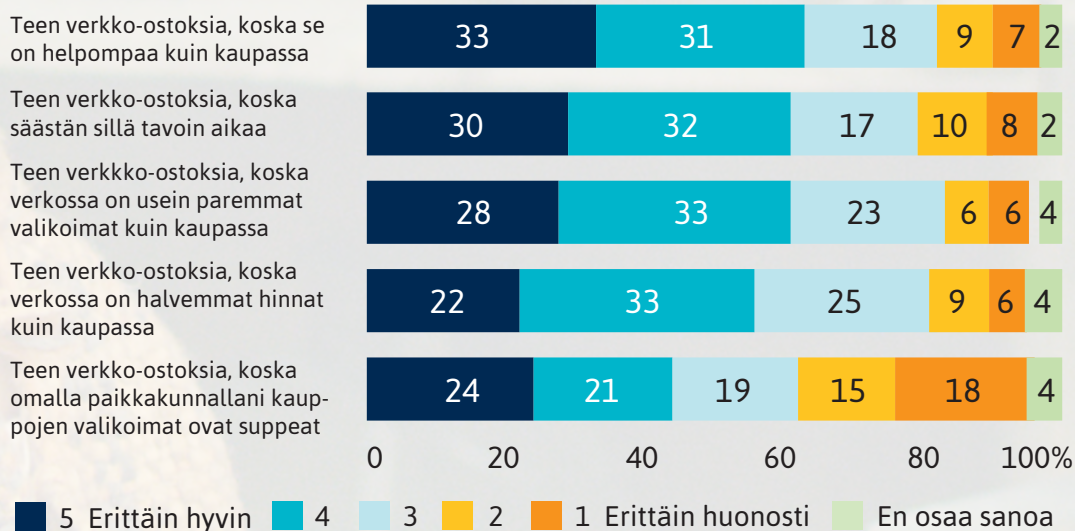
Verkosta ostetaan koska:

Ostaminen on helppoa

Verkosta löytyy laaja tuotevalikoima

Se säästää sekä aikaa että rahaa

“Missä määrin seuraavat väittämät pitävät kohdallasi paikkaansa?” Kaikki vastaajat, n = 1000





SUOSITUIMMAT MAKSUTAVAT OVAT EDELLEEN VERKKOPANKKI- MAKSU JA KORTTIMAKSU.

Suosituimpien maksutapojen osalta ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia viime vuoteen verrattuna. Suomalaiset kuluttajat suosivat edelleen maksamista verkkopankin kautta (81 %). Hieman yli puolet vastaajista oli maksanut creditkortilla ja 43 % oli maksanut debitkortilla – korttimaksu on siis myös suomalaisten ostajien suosima maksutapa.

Yli puolet (52 %) vastaajista on valinnut laskun maksutavaksi verkossa. Naiset käyttävät laskua maksutapana useammin kuin miehet. Mobiilimaksutavat ja maksut sovellusten kautta (42 %) sekä erämaksu (15 %) ovat kasvattaneet suosiotaan hieman edellisvuodesta.

81 %

**on maksanut
verkkopankin
kautta**

54 %

**on maksanut
creditkortilla**

52 %

**on maksanut
laskulla**

43 %

**on maksanut
debitkortilla**

42 %

**on maksanut
mobiilimaksulla tai
verkko-ostamiseen
kehitettyllä
sovelluksella**

15 %

**on maksanut
erämaksulla**



NUOREMMAT OVAT KIINNOSTUNEEMPIA ERÄMAKSULLA MAKSAMISESTA.

¼ vastaajista, jotka eivät vielä ole maksaneet erämaksulla, voisi tulevaisuudessa ajatella maksavansa ostoksia erämaksulla. Nuorempi sukupolvi on kiinnostuneempi käyttämään erämaksua; 37 % 18-24-vuotiaista vastaajista voisi ajatella maksavansa erämaksulla tulevaisuudessa, kun vastaava luku yli 65-vuotiaiden ikäryhmässä on 16%.

Miksi olet maksanut verkko-ostoksia erämaksulla? Poimintoja avoimista vastauksista:

***"Jos erämaksu-
mahdollisuutta
ei ole, en tilaa
kyseisestä
verkkokaupasta."***

***"On
helpompaa
tehdä kalliimpia
hankintoja."***

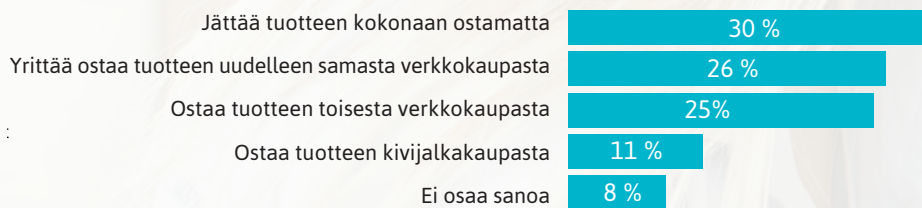
***"Koska
erämaksu on
joustava tapa
maksaa."***

***"Saa
tuotteen
ennen
maksamista."***

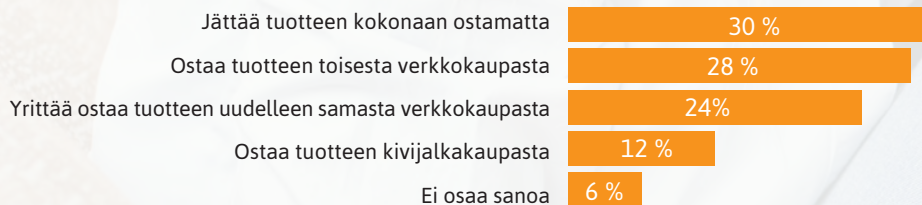
***"Se on
helppoa ja
nopeaa."***

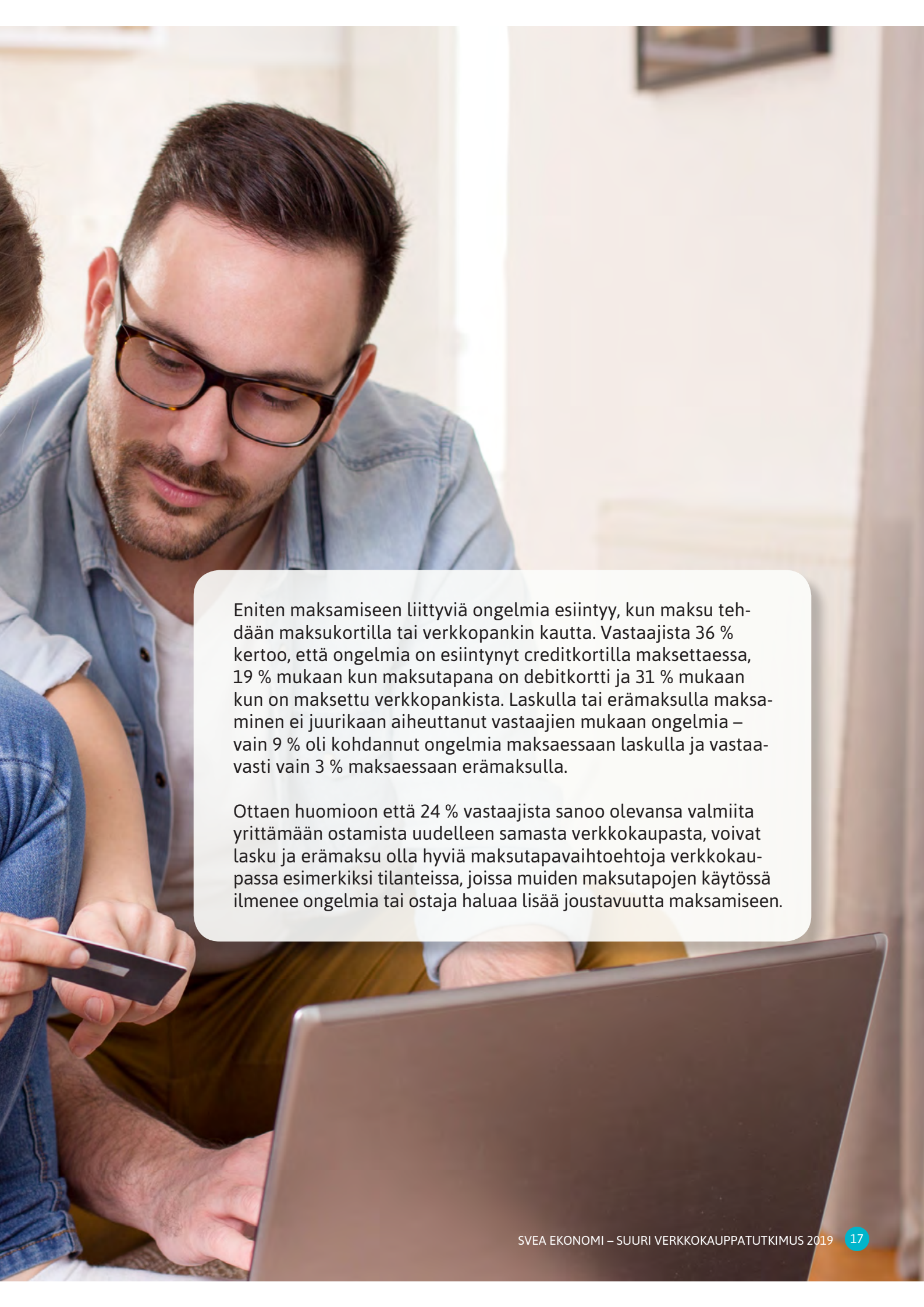
PUOLET KULUTTAJISTA LUOVUT- TAA, JOS OSTAMINEN KESKEYTYY.

45 % vastaajista oli jättänyt ostotapahtumansa kesken ainakin kerran teknisten ongelmien tai liian hankalan ostoprosessin takia. Näistä 30 % jättää tuotteen kokonaan ostamatta ja 25 % ostaa tuotteen toisesta verkkokaupasta.



33 % oli ainakin kerran jättänyt ostotapahtuman kesken, mikäli maksaminen keskeytyi, vaikutti epäilyttävältä tai oli liian hankalaa. Myös näistä ostajista 30 % jättää tuotteen kokonaan ostamatta. 28 % ostaa tuotteen toisesta verkkokaupasta.






Eniten maksamiseen liittyviä ongelmia esiintyy, kun maksu tehdään maksukortilla tai verkkopankin kautta. Vastaajista 36 % kertoo, että ongelmia on esiintynyt creditkortilla maksettaessa, 19 % mukaan kun maksutapana on debitkortti ja 31 % mukaan kun on maksettu verkkopankista. Laskulla tai erämaksulla maksaminen ei juurikaan aiheuttanut vastaajien mukaan ongelmia – vain 9 % oli kohdannut ongelmia maksaessaan laskulla ja vastaavasti vain 3 % maksaessaan erämaksulla.

Ottaen huomioon että 24 % vastaajista sanoo olevansa valmiita yrittämään ostamista uudelleen samasta verkkokaupasta, voivat lasku ja erämaksu olla hyviä maksutapavaihtoehtoja verkkokaupassa esimerkiksi tilanteissa, joissa muiden maksutapojen käytössä ilmenee ongelmia tai ostaja haluaa lisää joustavuutta maksamiseen.



TEE OSTAMISESTA HELPPOA **ÄLÄKÄ UNOHDA MAHDOLLISIA** **PALAUTUKSIA.**

Mitkä tahansa ostamisen tai maksamisen yhteydessä esiintyvät ongelmatilanteet saavat ostajan helposti siirtymään toiseen verkkokauppaan asioimaan – siksi on ennen kaikkea tärkeää varmistaa, että kyseiset prosessit ovat mahdollisimman helppoja, luotettavia ja toimivia sinun verkkokaupassasi. Nyt kun mobiililaitteiden käyttö kasvaa, on tärkeää varmistaa, että ostaminen ja maksaminen onnistuu myös mobiililaitteilla ja että valikoimasta löytyy maksutapoja, jotka ovat käteviä käyttää tabletilla ja älypuhelimella.



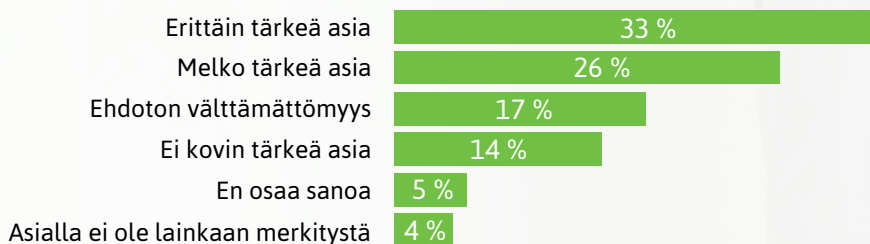
Verkkokaupassa kannattaa tarjota kattava valikoima erilaisia maksutapoja. Näin voit varmistaa, että ostajat tekevät ostoksia juuri sinun verkkokaupassasi, vaikka ostoprosessi tai ensimmäisenä valittu maksutapa tuottaisi ongelmia. Näin myös jokainen ostaja saa tilaisuuden valita itselleen mieluisan maksutavan; kukaan ei halua menettää myyntiä vain sen takia, ettei ostaja löydä verkkokaupasta hänelle sopivaa maksutapaa.

76 % ARVOSTAA ILMAISIA PALAUTUKSIA.

Hyvän asiakaspalvelun tärkeyttä ei saisi unohtaa tilauksen jälkeenkään, sillä hyvän palvelun avulla voidaan parantaa asiakastyytyvyyttä, hankkia uusia palaavia asiakkaita ja motivoida positiivisia suosituksia. Tutkimuksemme mukaan 76 % vastaajista pitää ilmaisia palautuksia vähintään melko tärkeänä.

Ilmaiset palautukset ovat tärkeämpiä naisille sekä vanhempiin ikäryhmiin kuuluville.

”Kuinka tärkeitä ilmaiset palautukset ovat sinulle?” Kaikki vastaajat, n=1000



Palautusten hallinta vie yleensä paljon aikaa ja resursseja. Kuten aiemmin mainittu, ovat vaatteet ja ylipäättään pukeutumiseen liittyvät tuotteet suosituin fyysinen verkosta ostettu tuoteryhmä. Ilmaiset palautukset ovatkin erityisen tärkeä asia, kun kyseessä on jalkineet ja pukeutuminen: vastaajista 83 % sanoo ilmaisten palautusten olevan vähintään melko tärkeä asia jalkineita ostettaessa ja 82 % vaatteita ostettaessa.

Vaatealan yritykset vastaanottavatkin tunnetusti suuria määriä palautuksia – joidenkin lähteiden mukaan, riippuen verkkokaupasta, jopa 25-70 % tilauksista palautetaan. Ilmaisten palautusten ollessa näin tärkeitä ostajille, kannattaa verkkokaupan panostaa toimivaan ja automatisoituun palautusten hallintaan.

Ilmaiset palautukset ovat tärkeitä etenkin seuraavissa tuoteryhmissä:

Jalkineet
83 %

**Pukeutu-
minen**
82 %

**Viihde-
elektroniikka
ja tietotekniikka**
77 %

**Urheilu-
välineet ja
harrastustuotteet**
74 %

**Keittiö-
tarvikkeet, kodin-
koneet ja siivous**
71 %

NYT ON AIKA PANOSTAA MYYNTIIN VERKOSSA.

23 % kaikista vastaajista arvioi tekevänsä enemmän verkko-ostoksia tulevan vuoden aikana. Erityisesti miehet, korkeampaan tuloluokkaan kuuluvat ja pääkaupunkiseudulla asuvat arvioivat ostavansa jatkossa enemmän verkosta. 2/3 kaikista vastaajista arvioi jatkossakin tekevänsä ostoksia verkossa saman verran kuin nykyään.

- **27 % miehistä arvioi tekevänsä jatkossa enemmän verkko-ostoksia**
- **31 % vastaajista, jotka kuuluvat 70 000+ tuloluokkaan, arvioi tekevänsä jatkossa enemmän verkko-ostoksia**
- **33 % pääkaupunkiseudulla asuvista vastaajista arvioi tekevänsä jatkossa enemmän verkko-ostoksia**

Vaikka yrityksesi pääasiallinen myyntikanava olisikin kivijalkakauppa, ei se estä laajentamasta myyntiä verkkoon. Verkkokauppa voi parhaimmillaan tukea kivijalan myyntiä – monet asiakkaat selaavat tuotteita verkossa ennen kuin päättävät mistä kivijalkakaupasta käyvät tuotteen ostamassa. Hyvä verkkokauppa voi siis houkutella asiakkaita myös kivijalkaan.

Verkkomyynissä on omat erityispiirteensä, niinpä hyvä kumppani tuntee sähköisen kaupankäynnin ja voi tukea yrityksesi liiketoimintaa. Oikea kumppani voi tarjota sinulle palvelut, joiden avulla myynti kasvaa ja liiketoiminta kehittyy sekä verkossa että myymälässä.

Miten voimme auttaa sinua?

SVEA
EKONOMI

Enemmän mahdollisuuksia

**Maksutavat
ovat tärkeitä,
koska:**

**Ne auttavat
verkkokauppaa
pysymään kilpailussa
mukana**

82 %

**Monipuoliset
maksutavat ovat
"must-have"**

91 %

**Yritys voi
saada uusia
asiakkaita**

67 %

**Niiden avulla
voidaan tehostaa
liiketoimintaa**

39 %

**Ne mahdollistavat
lisämyynnin nykyisille
asiakkaille**

48 %

Soita meille 09 4242 3092

Laita sähköpostia tarjous@svea.fi

SVEA

EKONOMI

Enemmän mahdollisuuksia