

TIEDOTE

29.4.2014

Tuotteiden palautus on kasvava haaste ja mahdollisuus verkkokaupalle

Vuonna 2013 yli 3 miljoonaa suomalaista osti tavaroita verkkokaupasta. Kasvava verkkokauppa asettaa vaatimuksia kaupoille vastata asiakkaan odotuksiin yksittäisissä tuotepalautuksissa. Viime vuonna Suomessa palautettiin 2,1 miljoonaa verkkokaupoista ostettua tavaraa, joista suuri osa oli vaatteita, ilmenee PostNordin hiljattain tekemästä tutkimuksesta.

- Vaatteet kuuluvat tavallisimpiin tavaroihin, joita palautetaan koon tai istuvuuden vaihtelun vuoksi. Palautuksia tekevät asiakkaat ovat yritykselle tärkeitä, sillä he ovat usein lojaaleja ja palaavat asioimaan. Ketterä palautusten käsittely on yhtä tärkeää ja itsestään selvää kuin avokaupan tekeminen fyysisessä vaatekaupassa. Tämä asettaa tietysti vaatimuksia verkkokaupoille, sanoo PostNordin verkkokauppa-asiantuntija Jouni Lamberg.

Vaatekauppa käsittää suurimman osan kaikista palautetuista tuotteista. Lähes puoli miljoonaa suomalaista palautti vähintään yhden vaatekappaleen vuonna 2013. 90 prosenttia tuotteita palauttaneista asiakkaista oli tyytyväisiä palautuskäsittelyyn. Lambergin mukaan suomalaiset yritykset voivat kuitenkin yhä parantaa tuotteiden palautusten käsittelyä.

- Uudet verkkokaupat keskittyvät usein myynnin maksimoimiseen ja unohtavat palautusten merkityksen. Tuotteiden palauttaminen on kallista, ja nämä kulut pitää sisällyttää tarkasti liiketoiminnan laskelmiin. Monet yritykset voisivat olla nykyistä asiakasystävällisempiä, jos ne tarkastelisivat turhan monimutkaisia palautuskäsittelyn rutiinejaan. Verkkokauppojen asiakkaat arvostavat usein helppoutta, ja siksi palautuksen pitäisi olla yksinkertaista, selkeää ja osa positiivista ostokokemusta, kertoo Lamberg.

Samalla, kun yhä useampi suomalainen ostaa vaatteita verkosta, vuorovaikutus fyysisten ja digitaalisten kauppojen välillä muuttuu entistä tärkeämmäksi. Vuoden 2013 aikana kolme prosenttia kaikista verkkokauppojen asiakkaista kokeili vaatetta ensin kaupassa ja tilasi sen sitten netistä. Vastaavasti 15 prosenttia verkkokaupan asiakkaista tutki vaatetta ensin netissä ja kävi sen jälkeen ostamassa sen kaupasta.

Selvä merkki verkkokauppojen ja perinteisten kauppojen lähenemisestä on se, että perinteiset kauppaketjut satsaavat verkkokauppoihin ja verkkokauppaketjut ovat suunnitelleet jopa fyysisen kaupan avaamista.

- Asiakaskontaktit fyysisissä kaupoissa tulevat entistä tärkeämmäksi vähittäiskaupan toimijoille. Samalla voidaan tarjota tuotteiden parasta mahdollista saatavuutta ja ostomukavuutta digitaalisen myynnin kautta. Tämä asettaa korkeat odotukset meille logistiikkapalvelujen toimittajana. Logistiikkayritykselle tulee yhä tärkeämmäksi tarjota nopea ja joustava

toimitus riippumatta siitä, toimitetaanko tuote kotiin, lähimpään postitoimistoon, työpaikalle tai kauppaan, sanoo Lamberg.

Tutkimustulokset ovat otteita tulevasta raportista, joka selvitti verkkokauppaa Pohjoismaissa. Raportti julkistetaan kokonaisuudessaan 8. toukokuuta. Tutkimus toteutettiin tammikuussa 2014 TNS Sifos -nettipaneelissa, jossa oli mukana 2434 pohjoismaalaista. Tutkimuksen suorittaminen verkkokyselynä tarkoittaa, että tulokset edustavat vain vastaajia, joilla on pääsy internetiin. Tutkimustuloksissa on huomioitu kunkin maan nettipenetraatio ja laskettu tulokset niiden mukaan.

Lisätietoa:

Jouni Lamberg, puh. +358 20 740 4381

PostNord on johtava viestintä- ja logistiikkaratkaisujen toimittaja Pohjoismaissa, Pohjoismaista ja Pohjoismaihin. Tarjoamme myös postipalvelut henkilö- ja yritysasiakkaille Ruotsissa ja Tanskassa. Kehitämme tulevaisuuden viestinnän, verkkokaupan, jakelun ja logistiikan edellytyksiä Pohjoismaissa asiantuntemuksemme ja laajan jakeluverkostomme avulla. PostNord-konsernin liikevaihto vuonna 2013 oli 40 miljardia Ruotsin kruunua, ja sillä oli 39 000 työntekijää. Konsernin emoyhtiö on ruotsalainen julkinen yhtiö, ja sen pääkonttori on Solhassa. Lue lisää osoitteessa postnord.com.

Tulokset

Väestö 15-79 vuotta (miljoonaa)	4,1
Osuus, joka on ostanut verkkokaupasta (n = koko väestö)	77 %
Osuus, joka on ostanut vaatteita verkkokaupasta (n = verkkokaupasta ostetut tavarat)	38 %
Osuus, joka on ostanut vaatteita verkkokaupasta (n = koko väestö)	29 %
Osuus, joka on ensin tutkinut vaatetta kaupassa ja sitten ostanut sen verkosta (n = verkkokaupasta ostetut tavarat)	3 %
Osuus, joka on ensin tutkinut vaatetta verkossa ja sitten ostanut sen kaupasta (n = verkkokaupasta ostetut tavarat)	15 %
Osuus, joka palautti verkkokaupasta ostamiaan tavaroita vuonna 2013 (n = verkkokaupasta ostetut tavarat)	26 %
Palautettujen pakettien määrä (miljoonaa, n = verkkokaupasta ostetut ja palautetut tavarat)	2,58
Osuus, joka on palauttanut vaatteita (n = verkkokaupasta ostetut ja palautetut tavarat)	61 %
Osuus, jonka mielestä palautuskäsittely toimii hyvin (n = verkkokaupasta ostetut ja palautetut tavarat)	56 %
Osuus, jonka mielestä palautuskäsittely toimii aika hyvin (n = verkkokaupasta ostetut ja palautetut tavarat)	34 %