

Kolme neljästä eläkeikäisestä haluaa oppia lisää verkko-ostamisesta – uusi Shoppaa sennun kanssa -aloite kannustaa auttamaan omia läheisiä

Yhä useampi eläkeikäinen suomalainen on kiinnostunut verkko-ostamisesta, mutta harva on kasvattanut hankintojaan verkon kautta, selviää Klarnan teettämästä tuoreesta tutkimuksesta*. Koronapandemian aikana vain 13 prosenttia yli 65-vuotiaista kertoi lisänneensä verkko-ostamista, mutta jopa 72 prosenttia kyselyyn vastanneista eläkeikäisistä kertoo haluavansa oppia lisää digitaalisista työkaluista, kuten ostosten tekemisestä verkossa. Klarna käynnistää Shoppaa sennun kanssa -aloitteen, jossa kannustetaan suomalaisia auttamaan vanhempia sukulaisiaan tekemään ostoksia verkossa.

Klarnan tutkimuksessa selvisi, että 39 prosenttia eläkeikäisistä ei ole saanut apua päästäkseen alkuun verkko-ostamisessa. Digitaalisen asioimisen alkuun pääsemisessä avainasemassa on usein ikäihmisen lähipiiri. Klarna rohkaiseekin eläkeikäisten nuorempia läheisiä auttamaan sukulaisiaan ja varttuneempia ystäviään verkko-ostosten tekemisessä - eli shoppaamaan sennun kanssa.

”Tutkimuksemme osoitti, että vaikka jotkut eläkeläiset ovat tehneet tutkimusmatkoja verkkokauppojen maailmassa pandemiarajoitusten aikana, vielä useammat ovat uteliaita ja oppimishaluisia. Klarnalla pyrimme aina löytämään ratkaisuja todellisiin ongelmiin eikä tämä ei ole poikkeus. Olen erittäin ylpeä aloitteesta ja toivon, että se rohkaisee lapsia ja lapsenlapsia tavoittamaan läheisiään, jotta hekin voivat hankkia verkosta haluamiaan tuotteita”, sanoo Klarnan Suomen markkinointijohtaja **Jannica Nyman**.

Shoppaa sennun kanssa -aloitteen tavoitteena on opettaa ja auttaa eläkeikäisiä verkko-ostamisessa, poistaa mahdollista epävarmuutta digitaalisten välineiden äärellä ja ennen kaikkea muistuttaa nuorempia sukupolvia siitä, että he ovat avainasemassa tukemassa vanhempia ja isovanhempia digitaalisen asioimisen opettelussa.

Aloitteen verkkosivusto sisältääkin ensikertalaisen verkko-ostajan muistilistan, etäopastusta helpottavan puhelinohjeen sekä Lupa shoppaa -verkkotestin kaltaisia materiaaleja, joiden avulla aloitteleva verkko-ostaja voi kehittää osaamistaan ja osoittaa taitonsa.

Aloitteen kehitysvaiheessa Klarna haastatteli 72-vuotiaasta **Helinä Kannista**, joka arvelee, että monet yli 70-vuotiaat kaipaavat apua digitaalisten välineiden käyttöön läheisiltään, mutta ongelmana on, ettei apua kehdata pyytää. Kanninen itse on kiinnostunut kaikesta digitaalisesta

ja hallitseekin jo erilaisia työkaluja ja sovelluksia niin hyvin, että lapsenlapset ovat antaneet hänelle lempinimen ”teknomummi”.

”Kaikki uudet digitaaliset ratkaisut ja sovellukset kiinnostavat minua. Haluan pysyä maailman kehityksessä mukana ja nautin nykyajan keksinnöistä. Uusia asioita ei kuitenkaan opi, jollei kysy ja uskalla kokeilla. Asiat hoituvat verkossa niin nopeasti ja yksinkertaisesti, että kaikkien olisi hyvä osata käyttää näitä palveluja”, Kanninen toteaa.

Eläkeikäiset haluavat ostaa verkosta matkalippuja, vaatteita ja kirjoja

Kanninen kertoo, että hän ostaa verkosta kaikkea mahdollista aina ruokatarvikkeista huonekaluihin ja kosmetiikkaan.

”Suosittelen tutkimaan eri nettisivuja ja sovelluksia. Jos aloittaminen on vaikeaa, kysy esimerkiksi perheenjäseneltä tai ystävältä apua”, Kanninen lisää.

Klarnan tutkimuksen mukaan eläkeikäiset haluavatkin ostaa verkosta erityisesti matkalippuja, vaatteita ja kirjoja. Klarnan data myös paljastaa, että vuodentakaiseen verrattuna eläkeikäiset ovat loppukeväästä 2020 ostaneet enemmän erityisesti ruoka- ja juomatuotteita, autoiluun liittyviä tuotteita sekä terveys- ja kauneustuotteita. Arkisten tarvetuotteiden ostaminen verkossa on siis kasvattanut suosiotaan viime keväänä pandemian aikana. Internetin mahdollisuudet ovat kuitenkin arkikuluttamista laajemmat: verkko-ostosten teko sujuvasti tarjoaa ikäihmisille mahdollisuuden ostaa asioita, jotka kiinnostavat heitä ja joita he haluavat.

”Viime vuosikymmenen aikana verkko-ostamisesta on kehittynyt luonnollinen osa suomalaisten jokapäiväistä elämää. Tänä päivänä verkosta voi ostaa oikeastaan mitä tahansa ja monet suomalaiset käyttävätkin jo verkkokauppaa fyysisen kaupan sijasta. On sääli, että useat vanhukset tuntevat jääneensä kehityksestä ulkopuolelle eivätkä kehtaa pyytää apua. Tällä aloitteella haluammekin kannustaa nuorta sukupolvea muuttamaan tilanteen ja voimaannuttamaan läheisiään auttamalla heitä itsenäistymään digitaalisessa maailmassa”, Nyman tiivistää.

***Tietoa tutkimuksesta**

Klarna toteutti tutkimuksen puhelinhaastatteluina ja online-kyselynä Bilendi Oy:n ylläpitämässä M3-paneelissa. Kysely toteutettiin 12.–22.6.2020. Tutkimukseen osallistui 650 iältään 65–84-vuotiasta suomalaista. Kyselyn otos on kansallisesti edustava sukupuolen, iän ja asuinalueen mukaan. Lisää tietoa tutkimustuloksista löytyy täältä.

Klarnasta

Klarna tekee shoppailusta *smooothia*. Klarnan avulla maksat vasta ostoksiesi saavuttua ja ostopäätöksen tehtyäsi. Klarna tarjoaa kuluttajille ja kauppiaille maksuratkaisuja jokaiseen tilanteeseen. Yli 200 000 kauppiasta tarjoaa Klarnan innovatiivisen shoppailukokemuksen asiakkailleen verkossa ja myymälässä. Näiden joukossa ovat esimerkiksi H&M, IKEA, Expedia Group, Samsung, ASOS, Peloton, Abercrombie & Fitch, Nike ja AliExpress. Yrityksen arvoksi on tällä hetkellä arvioitu 5,5 miljardia dollaria, mikä tekee Klarnasta Euroopan arvokkaimman fintech-yrityksen ja yhden maailman suurimmista yksityisistä fintech-yrityksistä. Klarna on perustettu vuonna 2005, sillä on yli 3 000 työntekijää ja se toimii 17 maassa. Lue lisää: klarna.com