

postnord

Teema toimitukset

Verkkokauppa Pohjoismaissa

Vuoden 2015 ensimmäinen neljännes



Pohjoismaista verkkokauppaa 36,5 miljardilla Ruotsin kruunulla vuoden ensimmäisellä neljänneksellä

postnord

ESIPUHE



Verkkokauppa jatkaa kasvuaan Pohjoismaissa. Yli seitsemän kymmenestä pohjoismaalaisesta teki verkko-ostoksia vuoden 2015 ensimmäisen neljänneksen aikana yhteensä 36,5 miljardilla Ruotsin kruunulla (lähes 4 miljardilla eurolla). Se tarkoittaa seitsemän prosentin kasvua pohjoismaisessa verkkokaupassa verrattuna edellisen vuoden vastaavaan neljännekseen. Kasvua esiintyy kaikilla markkina-alueilla lukuun ottamatta Norjaa, jossa sekä verkkokauppa-asiakkaiden määrä että verkkokauppaostosten arvo laskivat ensimmäisellä vuosineljänneksellä verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon. On liian aikaista sanoa, merkitseekö tämä uutta suuntausta verkkokaupan kehityksessä vai jääkö muutos väliaikaiseksi.

Meidän kannaltamme verkkokauppa jatkaa kuitenkin voimakasta kasvuaan. PostNordin verkkokauppa-asiakkaille toimittamien B2C-pakettien määrä kasvoi 21 prosenttia verrattuna vuoden 2014 ensimmäiseen neljännekseen.

Myös kuluttajat vaativat yhä enemmän toimittajiltaan. Mahdollisuus saada itse valita verkko-ostosten toimitustapa on entistä tärkeämpää kaikissa Pohjoismaissa Suomea lukuun ottamatta. Samoin pohjoismaiset kuluttajat odottavat yhä nopeampia toimituksia. Enemmistö haluaa, että tilatut tuotteet toimitetaan viimeistään kolmen päivän kuluessa.

Edellisvuoteen verrattuna selvä suuntaus on, että yhä useammat pohjoismaalaiset tekevät verkko-ostoksia matkapuhelimella. Se on edelleen tavallisinta Ruotsissa, mutta matkapuhelimella tehtävät verkkokauppaostokset yleistyvät miltei kaikissa Pohjoismaissa. Eriyisen huomattavaa kasvu on Tanskassa, jossa matkapuhelimella tehdään eniten verkko-ostoksia heti Ruotsin jälkeen.

Pohjoismaisilla kotimarkkinoilla toimivana logistiikkatoimijana meille on selvää, että kuluttajien tarpeiden ja toiveiden kuunteleminen on ratkaisevaa pohjoismaisessa verkkokaupassa menestymiselle.

Håkan Ericsson

PostNordin toimitus- ja konsernijohtaja

Tietoa verkkokaupasta Pohjoismaissa

postnord

PostNord on seurannut verkkokaupan pohjoismaista kehitystä neljännesvuosittain vuoden 2014 ensimmäisestä neljänneksestä lähtien. Tutkimus perustuu kuluttajien arvioon siitä, miten paljon he tekevät verkko-ostoksia.

Verkkokauppa Pohjoismaissa -raportti julkaistaan neljännesvuosittain, ja sen tiedot perustuvat lähes 5 000 vastaajalle Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa ja Suomessa tehtyyn kuluttajatutkimukseen.

Pohjoismainen verkkokauppa -raportissa verkkokaupan määritelmänä pidetään tuotteiden myymistä internetin kautta niin, että tilatut tuotteet toimitetaan tilaajalle kotiin tai noutopisteeseen tai että kuluttaja noutaa ne myymälästä, varastosta tai noutopisteestä.

Tässä raportissa verkkokaupalla ei siis tarkoiteta

- ennakoon internetissä varatun tuotteen ostamista myymälästä
- palveluiden (esimerkiksi matkojen, hotellien tai konserttilippujen) myymistä internetin kautta
- yritysten välistä kauppaa internetissä
- yksityishenkilöiden välistä kauppaa internetissä.

Kuluttajatutkimus tehtiin huhtikuussa 2015 koko maan laajuisesti valitulle 18–79-vuotiaiden väestötokselle kussakin maassa. Tutkimus toteutettiin TNS SIFO:n verkkopaneelin avulla. Ruotsissa tutkimukseen osallistui 1 084, Tanskassa 1 163, Norjassa 1 408 ja Suomessa 1 252 vastaajaa.

Koska kyse on verkossa tehdystä tutkimuksesta, tulokset vastaavat sitä väestönosaa, jolla on käytettävissään internetyhteys. Kun arviot esitetään suhteutettuna koko väestöön, tulokset on laskettu sen perusteella, mikä on internetin levinneisyys kyseisellä markkina-alueella.

Pohjoismaista verkkokauppaa 36,5 miljardilla Ruotsin kruunulla vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä

VERKKOKAUPAN KASVU JATKUU

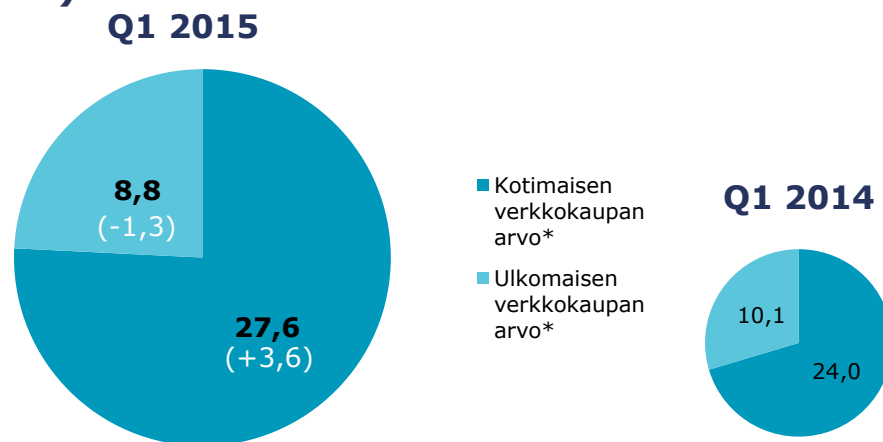
Vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä pohjoismaalaiset tekivät verkko-ostoksia yhteensä 36,5 miljardilla Ruotsin kruunulla (lähes 4 miljardilla eurolla). Se tarkoittaa noin 2,5 miljardin Ruotsin kruunun (lähes 270 miljoonan euron) eli seitsemän prosentin kasvua verrattuna vuoden 2014 ensimmäiseen neljännekseen.

Kasvu ei ollut tätä voimakkaampaa, sillä norjalaisen verkkokaupan kehitys oli vuosineljänneksen aikana negatiivista edellisvuoteen verrattuna. Norjassa sekä verkkokauppa-asiakkaiden määrä että verkko-ostosten arvo laskivat.

On liian aikaista sanoa, onko tämä uusi suuntaus verkkokaupan kehityksessä vai jääkö muutos väliaikaiseksi. Norjassa tavaroiden kulutus oli kuitenkin verraten heikkoa vuoden ensimmäisten kolmen kuukauden aikana.

Verkkokaupan kokonaissummasta noin 8,8 miljardia Ruotsin kruunua (noin 945 miljoonaa euroa) käytettiin ulkomaisista verkkokaupoista tehtyihin ostoksiin.

Pohjoismaisten kuluttajien verkko-ostosten arvo vuoden ensimmäisellä neljänneksellä (miljardia Ruotsin kruunua)



**Ulkomaisen verkkokaupan arvo perustuu kuluttajien arvioon siitä, miten paljon he ovat yhteensä tehneet verkko-ostoksia kyseisenä ajanjaksona, kun siitä vähennetään heidän arvionsa siitä, millä summalla he ovat tehneet verkko-ostoksia ulkomaisista verkkokaupoista.*

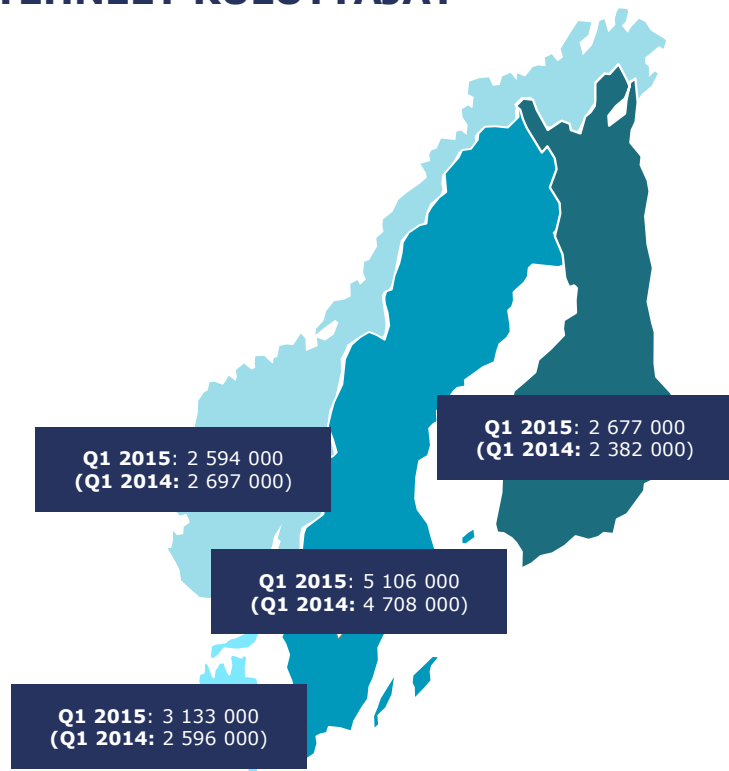
Tavaroiden kulutuksen kehitys Norjassa (määrän muutos prosentteina edelliseen kuukauteen)

Tammikuu 2014	Helmikuu 2014	Maaliskuu 2014	Tammikuu 2015	Helmikuu 2015	Maaliskuu 2015
1,1	0,1	0,8	-0,4	0,8	0,3

Lähde: Statistisk Sentralbyrå, www.ssb.no

Tanskalaiset tekevät eniten verkko-ostoksia

VERKKO-OSTOKSIA TEHNEET KULUTTAJAT



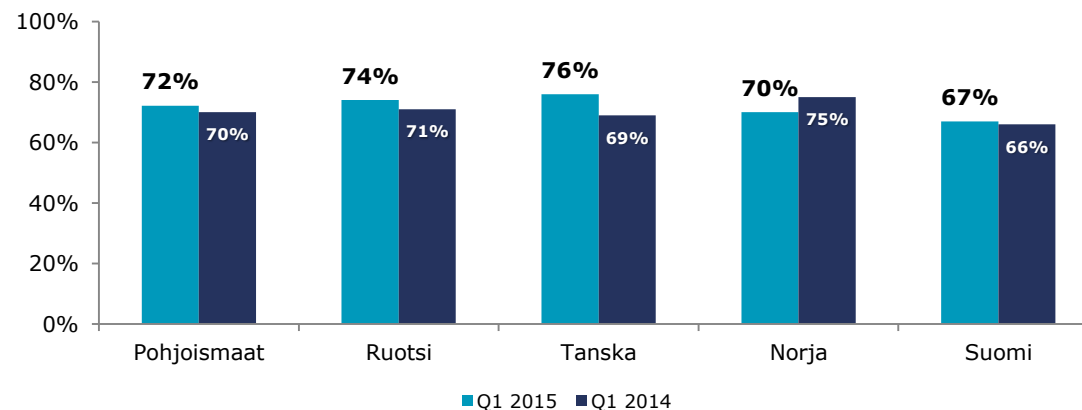
Verkkokauppa on yhä tärkeä osa pohjoismaisten kuluttajien arkea. Vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä 72 prosenttia pohjoismaalaisista teki verkko-ostoksia, mikä on hieman enemmän kuin vuoden 2014 vastaavalla neljänneksellä.

Tanska ohitti Norjan ja otti kärkipaikan maana, jossa verkko-ostoksia tehdään eniten. Kolme neljästä tanskalaisesta (76 prosenttia) osti tuotteita verkosta vähintään kerran vuosineljänneksen aikana.

Myös Suomessa ja Ruotsissa osuudet kasvoivat hieman.

Verkko-ostoksia vuosineljänneksen aikana tehneiden kuluttajien osuus

Tutkimusjoukko: kaikki



Verkko-ostoksia tehdään yhä useammin matkapuhelimella

MATKAPUHELIMELLA TEHDYT VERKKO-OSTOKSET

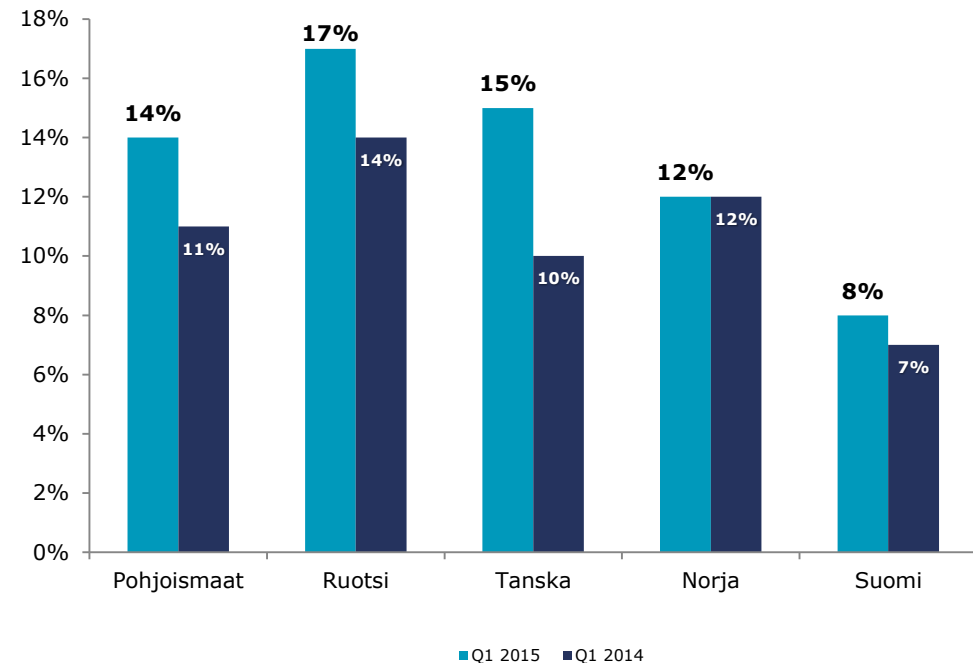
Suurin osa verkko-ostoksista tehdään edelleen tietokoneella, mutta yhä useammat ostavat tuotteita myös matkapuhelimella. Ensimmäisen vuosineljänneksen aikana 14 prosenttia pohjoismaisista verkkokauppa-asiakkaista teki ostoksia matkapuhelimella. Osuus kasvoi lähes kaikissa Pohjoismaissa.

Suurinta kasvu oli Tanskassa, jossa verkko-ostoksia matkapuhelimella tehneiden osuus kasvoi 10:stä 15 prosenttiin. Siten Tanska ylitti Pohjoismaiden keskiarvon.

Verkko-ostosten tekeminen matkapuhelimella on yhä tavallisinta Ruotsissa, missä 17 prosenttia kaikista ensimmäisen neljänneksen aikana verkko-ostoksia tehneistä teki ostoksia matkapuhelimella.

Verkko-ostoksia matkapuhelimella tehneiden osuus

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia vuosineljänneksen aikana tehneet



Mediatuotteet, vaatteet ja kengät sekä viihde-elektroniikka verkkokaupan suosituimpia tuotteita

MEDIATUOTTEET SUOSITUIMPIA

Pohjoismaiset verkkokauppa-asiakkaat suosivat pitkälti samoja tuoteryhmiä vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä.

Mediatuotteet, vaatteet ja kengät sekä viihde-elektroniikka ovat verkko-ostosten suosituimmat tuoteryhmät kaikissa Pohjoismaissa. Ruotsissa ja Norjassa mediatuotteet ovat suosituimpia, kun taas Tanskassa ja Suomessa ostetaan eniten vaatteita ja kenkiä.

Myös kauneus/terveys on suosittu tuoteryhmä erityisesti Ruotsissa, jossa se on kolmannella sijalla.

Millaisia tuotteita olet ostanut internetistä viiden viime kuukauden aikana?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia vuosineljänneksen aikana tehneet	Pohjois-maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Mediatuotteet*	38 %	43 %	31 %	39 %	37 %
Vaatteet/kengät	36 %	39 %	34 %	31 %	39 %
Viihde-elektroniikka**	31 %	27 %	32 %	33 %	35 %
Kauneus/terveys	24 %	29 %	18 %	24 %	20 %
Urheilu/vapaa-aika	14 %	13 %	15 %	15 %	14 %
Lastentarvikkeet/lelut	8 %	8 %	12 %	7 %	7 %
Auto-/vene-/moottoripyörätarvikkeet	7 %	7 %	6 %	8 %	7 %

* Sisältää mm. kirjat, CD-levyt ja elokuvat.

** Sisältää mm. tietokoneet ja tietokonetarvikkeet, matkapuhelimet sekä multimedialaitteet.

Neljä kymmenestä pohjoismaalaisesta tekee verkko-ostoksia ulkomailta

VERKKO-OSTOKSET ULKOMAILTA

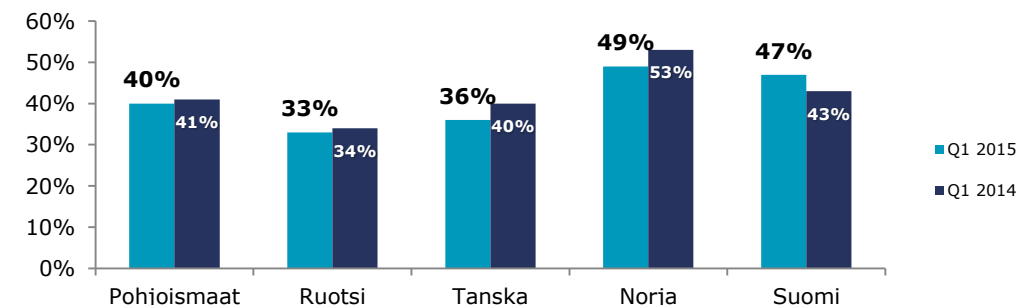
Verkko-ostosten tekeminen ulkomailta lisääntyi vuosineljänneksen aikana Suomessa. Yleisesti ottaen verkko-ostoksia ulkomailta tehneiden pohjoismaisten kuluttajien osuus kuitenkin pieneni hieman. Norja on edelleen listan kärjessä maana, jossa verkko-ostosten tekeminen ulkomailta on yleisintä.

Ulkomailta tulleiden lähetysten osuus kasvoi Norjassa merkittävästi. Lähes joka toinen verkkokaupasta ensimmäisen vuosineljänneksen aikana ostettu paketti toimitettiin Norjaan ulkomailta.

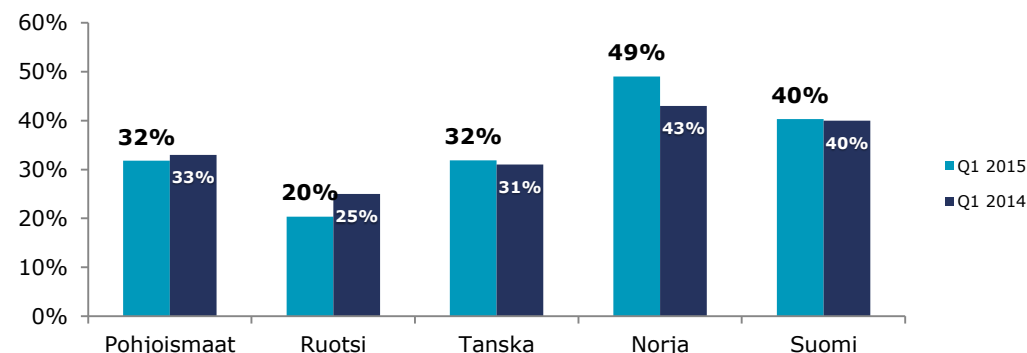
Samalla ulkomailta lähetettyjen toimitusten osuus väheni yleisesti pohjoismaisilla markkinoilla. Lasku oli suurinta Ruotsissa, jossa vain joka viides toimitus lähetettiin ulkomailta.

Ulkomaisista verkkokaupoista ostoksia tehneiden OSUUS

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia vuosineljänneksen aikana tehneet



Ulkomailta lähetettyjen toimitusten osuus



Verkkokaupan kehitys

Kiina valtaa jalansijaa

postnord

ULKOMAINEN VERKKOKAUPPA

Iso-Britannia on yhä suosituin ulkomaata, josta pohjoismaiset verkkokauppa-asiakkaat tekevät ostoksia. Poikkeuksena on Suomi, jossa kuluttajat ostavat mieluiten Saksasta.

Myös Yhdysvallat ja Kiina ovat tavallisia ulkomaita, joista pohjoismaalaiset tekevät verkko-ostoksia. Kiina kasvatti suosiotaan voimakkaasti ja sijoittuu nyt kolmen kärkeen Ruotsissa, Norjassa ja Suomessa. Ruotsissa Kiina ylsi jopa toiselle sijalle.

Pohjoismaista Ruotsi on yhä suosituin ulkomaata verkko-ostosten tekemiseen.

Mistä maista olet ostanut tuotteita internetin kautta kuluneen vuosineljänneksen aikana? Viiden kärki

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia ulkomailta vuosineljänneksen aikana tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Iso-Britannia	33 % (47)	45 % (52)	39 % (42)	27 % (33)
USA	24 % (30)	17 % (14)	34 % (39)	18 % (20)
Kiina	25 % (20)	16 % (15)	31 % (28)	21 % (16)
Saksa	22 % (25)	29 % (26)		31 % (30)
Tanska	6 % (6)		14 % (12)	
Ruotsi		11 % (18)	21 % (17)	21 % (22)

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa.

Värillinen kenttä tarkoittaa, että vastausvaihtoehto jäi viiden kärjen ulkopuolelle tai ei ollut valittavissa.

Muiden Pohjoismaiden viiden kärki

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia ulkomailta vuosineljänneksen aikana tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Ruotsi		11 % (18)	21 % (17)	21 % (22)
Tanska	6 % (6)		14 % (12)	4 % (4)
Norja	1 % (1)	2 % (1)		2 % (2)
Suomi	1 % (0)	0 % (0)	0 % (0)	

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa.

Värillinen kenttä tarkoittaa, ettei vastausvaihtoehto ollut valittavissa.

Ulkomaisilta sivustoilta ostetaan eniten vaatteita ja kenkiä

VAATTEET JA KENGÄT SUOSITUIMPIA

Pohjoismaiset verkkokauppa-asiakkaat ostavat ulkomailta mieluiten vaatteita ja kenkiä. Suomessa peräti 35 prosenttia verkko-ostoksia ulkomailta tehneistä oli ostanut tämän tuoteryhmän tuotteita. Ainoastaan Norjassa mediatuotteiden osuus oli suurin.

Norja erottuu muista Pohjoismaista myös kauneuden ja terveyden tuoteryhmässä, joka on siellä suosituimpi kuin urheilun ja vapaa-ajan tuoteryhmä.

Kaikissa Pohjoismaissa kolmen kärjen muodostavat vaatteet ja kengät, mediatuotteet ja viihde-elektroniikka.

Millaisia tuotteita olet ostanut ulkomaisista verkkokaupoista kolmen viime kuukauden aikana?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia ulkomailta vuosineljänneksen aikana tehneet	Pohjois- maat	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Vaatteet/kengät	28 %	28 %	27 %	23 %	35 %
Mediatuotteet*	20 %	14 %	25 %	25 %	19 %
Viihde-elektroniikka**	19 %	14 %	22 %	22 %	23 %
Urheilu/vapaa-aika	12 %	13 %	14 %	8 %	13 %
Kauneus/terveys	12 %	10 %	11 %	16 %	12 %
Auto-/vene- /moottoripyörätarvikkeet	8 %	8 %	7 %	9 %	8 %
Lastentarvikkeet/lelut	4 %	2 %	6 %	6 %	4 %

* Sisältää mm. kirjat, CD-levyt ja elokuvat.

** Sisältää mm. tietokoneet ja tietokonetarvikkeet, matkapuhelimet sekä multimedialaitteet.

Teema: toimitukset

Vuoden 2015 ensimmäinen neljännes



Toimitustavan valintamahdollisuus yhä tärkeämpää pohjoismaisille verkkokauppa-asiakkaille

VALINNANVARA ON TÄRKEÄÄ

Pohjoismaisille verkkokauppa-asiakkaille on entistä tärkeämpää, että he voivat itse valita tilaamansa tuotteen toimitustavan. Poikkeuksena on Suomi, jossa toimitustavan valintamahdollisuuden merkitys on vähentynyt verrattuna vuoden 2014 ensimmäiseen neljännekseen.

Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa valintamahdollisuutta pidetään yhä enenevässä määrin erittäin tärkeänä melko tärkeän sijaan.

Tanskassa toimitustavan valintamahdollisuutta arvostetaan eniten. Yli kolmasosalle tanskalaisista (33 prosentille) on erittäin tärkeää saada valita, kuinka verkkokaupasta ostettu tuote heille toimitetaan.

Kuinka tärkeää sinulle on, että voit valita internetistä tilaamasi tuotteen toimitustavan?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Erittäin tärkeää	24 % (22)	33 % (28)	20 % (17)	11 % (27)
Melko tärkeää	50 % (53)	47 % (51)	47 % (50)	37 % (49)
Ei kovinkaan tärkeää	21 % (19)	16 % (16)	24 % (22)	38 % (19)
Ei lainkaan tärkeää	4 % (5)	2 % (4)	7 % (9)	11 % (3)
Epävarma, en tiedä	1 % (1)	1 % (2)	2 % (3)	3 % (3)

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa.

Vaatimuksena enintään neljän päivän toimitusaika

KOLME ARKIPÄIVÄÄ TAVALLISIN

Odotukset nopeista toimitusajoista kasvoivat ensimmäisen vuosineljänneksen aikana kaikissa Pohjoismaissa. Kipuraja kulkee usein neljässä arkipäivässä.

Tanskalaiset odottavat yhä nopeimpia toimitusaikoja, ja heille keskimäärin 3,4 arkipäivää on pisin hyväksyttävä toimitusaika.

Suomalaiset sen sijaan ilmoittivat voivansa odottaa jopa 4,4 arkipäivää.

Mitä odotuksia sinulla on toimitusajasta tilatessasi tuotteita internetistä? Kuinka monta arkipäivää tuotteen toimittaminen saa enintään kestää?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Yhden arkipäivän	1 % (1)	2 % (3)	1 % (0)	1 % (1)
Kaksi arkipäivää	12 % (8)	21 % (18)	7 % (7)	6 % (5)
Kolme arkipäivää	32 % (31)	36 % (33)	26 % (25)	20 % (20)
Neljä arkipäivää	13 % (12)	12 % (13)	19 % (17)	15 % (12)
Viisi arkipäivää	27 % (25)	14 % (14)	25 % (23)	32 % (27)
Kuusi arkipäivää tai enemmän	8 % (16)	6 % (9)	13 % (18)	19 % (27)
Epävarma, en tiedä	7 % (8)	8 % (9)	10 % (9)	8 % (9)
Keskiarvo	3,9 (4,3)	3,4 (3,3)	4,1 (4,4)	4,4 (4,9)

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa.

Nopeat toimitukset tärkeimpiä Tanskassa

VÄLITTÖMÄT TOIMITUKSET

Välittömien toimitusten merkitys väheni vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä verrattuna vuoden 2014 vastaavaan ajanjaksoon. Verraten harvan mielestä on tärkeää saada verkkokaupasta ostettu tuote jo seuraavana arkipäivänä.

Tanskassa ja Ruotsissa enemmistön mielestä on kuitenkin yhä melko tai erittäin tärkeää, että lähetys toimitetaan viimeistään kolmen arkipäivän kuluessa.

Kuinka tärkeää sinulle on, että internetistä tilaamasi tuote toimitetaan sinulle seuraavana arkipäivänä?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Erittäin tärkeää	4 % (4)	4 % (8)	2 % (5)	3 % (3)
Melko tärkeää	22 % (25)	29 % (35)	11 % (19)	14 % (16)
Ei kovinkaan tärkeää	47 % (47)	54 % (45)	57 % (41)	56 % (53)
Ei lainkaan tärkeää	24 % (21)	11 % (11)	27 % (31)	24 % (25)
Epävarma, en tiedä	3 % (3)	3 % (2)	3 % (4)	3 % (3)

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa.

Kuinka tärkeää sinulle on, että internetistä tilaamasi tuote toimitetaan sinulle viimeistään kolmen arkipäivän kuluessa?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Erittäin tärkeää	20 % (23)	22 % (27)	13 % (14)	11 % (14)
Melko tärkeää	43 % (42)	43 % (48)	35 % (37)	37 % (37)
Ei kovinkaan tärkeää	25 % (25)	28 % (18)	38 % (33)	38 % (36)
Ei lainkaan tärkeää	10 % (8)	5 % (5)	11 % (12)	11 % (10)
Epävarma, en tiedä	2 % (2)	3 % (2)	4 % (4)	3 % (3)

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa.

Toiveet toimitustavasta vaihtelevat

NOUTOPISTE SUOSITTU

Mieluisimmat verkko-ostosten toimitustavat vaihtelevat eri Pohjoismaissa.

Kaikissa maissa suosituin toimitustapa on kuitenkin tavarán noutaminen noutopisteestä. Noutopisteiden hyvää sijaintia ja aukioloaikoja arvostetaan.

Ruotsissa ja Norjassa monet haluavat myös, että tavara toimitetaan suoraan postilaatikkoon (31 ja 25 prosenttia).

Tanskassa monet toivovat, että lähetys toimitetaan heille kotiin päiväsaikaan, olivatpa he itse paikalla tai eivät.

Kiinnostus illalla tehtävään kotiinkuljetukseen on vähäistä kaikissa maissa.

Kun tilaat tavaraa internetistä, minkä toimitustavan valitset mieluiten? (vain yksi vaihtoehto)

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Haluan hakea sen itse noutopisteestä	48 % (40)	20 % (10)	52 % (37)	48 % (42)
Haluan, että postinkantaja tuo sen postilaatikkooni	31 % (46)	9 % (28)	25 % (44)	14 % (30)
Haluan, että se toimitetaan minulle kotiin päiväsaikaan	10 % (5)	19 % (n/a)	8 % (3)	11 % (7)
Haluan noutaa sen itse vuorokauden ympäri auki olevasta pakettiautomaatista	2 % (n/a)	15 % (13)	2 % (n/a)	13 % (10)
Haluan, että se toimitetaan kotiosoitteeseeni esimerkiksi autokatokseen*		18 % (n/a)		
Haluan, että se toimitetaan kotiin minulle sopivaan aikaan illalla, vaikka se maksaisi enemmän	3 % (2)	4 % (4)	4 % (2)	3 % (2)
Haluan, että se toimitetaan työpaikalleni	2 % (1)	9 % (7)	4 % (1)	1 % (1)
Haluan hakea sen itse fyysisestä myymälästä tai varastosta	1 % (3)	1 % (5)	2 % (8)	3 % (2)

* Vastausvaihtoehto ei ollut mahdollinen kaikissa maissa.

Vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen luvut suluissa. Huomaa, että osaa vastausvaihtoehtoista on muutettu sitten vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen, minkä vuoksi tiedot eivät ole vertailukelpoisia viime vuoden vastaavan ajanjakson kanssa.

Vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä palautettiin lähes 4 miljoonaa pakettia

PALAUTUKSET

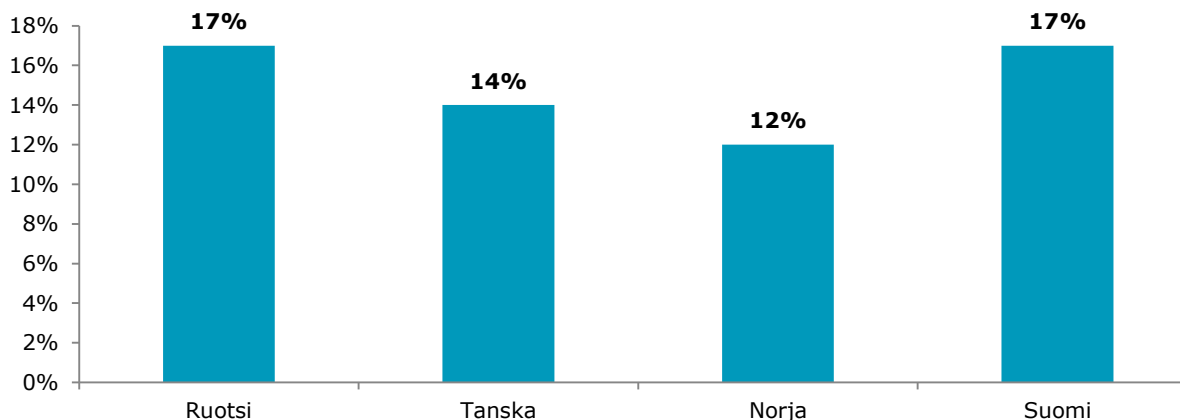
Ruotsissa ja Suomessa 17 prosenttia verkkokauppa-asiakkaista palautti ainakin yhden verkkokaupasta ostamansa tuotteen ensimmäisen vuosineljänneksen aikana.

Norjassa palautusten osuus oli pienin (12 prosenttia).

Vuoden ensimmäisen neljänneksen aikana palautettiin yhteensä noin 3,6 miljoonaa lähetystä. Suomessa ja Ruotsissa palautettujen lähetysten osuus vastasi kahta kolmasosaa kaikista Pohjoismaissa tehdyistä palautuksista.

Oletko palauttanut internetistä ostamasi tuotteen viime vuosineljänneksen aikana?

Tutkimusjoukko: verkko-ostoksia tehneet



Palautettujen pakettien määrä vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä

	Ruotsi	Tanska	Norja	Suomi
Palautettujen tuotteiden yhteismäärä	1 388 738	614 147	529 098	1 046 628

Lisätietoa verkkokaupasta

Pohjoismaissa:

Jouni Lamberg, PostNord Oy

Vice President, eCommerce, Mail, Marketing & Communications, puh. 040 050 3358

PostNordin lehdistöpuhelin,

puh. +46 10 436 1010