



KAUPAN LIITTO

Kaupan digitalisaatio nyt

- Asiakkaat ovat digimaailmassa,
onko kauppa?

Jaana Kurjenoja

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.

Selvityksen taustaa



Mitä tutkittiin ja miksi?

- Niin yritysten, edunvalvojen kuin julkisen sektorinkin on hyvä tiedostaa, mikä yritysten digitalisaation aste tällä hetkellä on. Koska yritykset toimivat digitalisoituvassa maailmassa, olennainen kysymys on: Onko yritysten digitalisaation aste ja osaaminen riittäviä kansainvälisen kilpailun ja tehokkaan toiminnan kannalta?
- Voiko esim. matkailu olla tulevaisuuden vienti- ja kasvuala, jos siihen liittyvät toimialat eivät ole kansainvälisesti kilpailukykyisiä ja houkuttelevia?
 - Kansainvälistä kilpailukykyä ei aina ratkaista hinnoilla ja verotuksella.
- Jos henkilöstön digitaidot ovat puutteelliset, miten toimialat pystyvät kehittymään? Tuottavatko oppilaitokset tarvittavia digitaitoja?
 - Jos elinkeinorakennetta halutaan monipuolistaa, koulutuksen on palveltava nykyistä paremmin koko elinkeinoelämää, oppilaistoyhteistyön on oltava joustavaa eikä siihen saa liittyä liikaa byrokratiaa.
 - Kaupan yritykset eivät löydä oppilaitoksia eivätkä tiedä, mitä niiltä voisi edellyttää tai pyytää.
 - Korkeakoulut jäävät yrityksille etäisiksi, suunnitelmallinen yhteistyö esim. opinnäytetöissä puuttuu.
- Tämä selvitys tuottaa ennen kaikkea kauppaan liittyvää tausta-aineistoa yllä esitettyihin kysymyksiin.

Mitä tutkittiin ja miksi?

- Selvityksessä hahmotellaan vähittäis- ja tukkukaupan (pl. autokauppa) tämänhetkistä digitalisaation tasoa.
 - EK:n liittoyhteisöön kuuluvilta yrityksiltä on kysytty niiden omaa arviota siitä, mikä oman yrityksen digitalisaation taso on, minkälaista digiosaamista se vaatii henkilöstöltä ja onko osaaminen riittävää?
 - EK:n yrityskyselyn pohjalta Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja on laskenut toimialoille digitalisaatioindeksin.
 - Toinen näkökulma digitalisaatioon on haettu Vainu.io-palvelusta. Vainu laskee oman digitalisaatioindeksin yritysten verkkosivuilta löydettävien teknologioiden pohjalta. Vainun digitalisaatioindeksi sopii hyvin mittaamaan aloja, joille kuluttajarajapinnassa toimiminen on tärkeää, esim. brändin luominen, myyminen, potentiaalisten asiakkaiden kartoittaminen ja analysointi sekä tuotteiden ja palvelujen markkinointi ja mainonta.

Mitä tutkittiin ja miksi?

- Selvityksessä nostetaan kaksi esimerkkiä, joissa kaupan digitalisaatio ja siihen liittyvä osaaminen ovat olennaisia.
 - Niin tukku- kuin vähittäiskauppakin kilpailevat kansainvälisessä digiympäristössä. Kilpailussa pärjätäkseen on oltava riittävän tehokas ja tarjottava kilpailukykyisiä palveluja.
 - FinTech-ala kehittyy, eikä suomalaisella kaupalla ole osaamista ja resursseja sen seuraamiseen ja hyödyntämiseen. Maksaminen on kuitenkin yksi keskeisimpiä asioita asiakkaiden ostoprosessissa ja asiakastyytyvyyden luomisessa.
- Myös perinteiset kaupan työt muuttuvat, ja tämä todennäköisesti muuttaa sekä työtehtäviä että työvoiman tarvetta selvästi. Esimerkkinä perinteisen työn muutoksesta kuvataan itsepalvelukassojen käyttöönottoa Suomessa.
- Suomessa itsepalvelukassojen käyttö on vasta alkuvaiheessa; sekä asiakkaat että kauppiat opettelevat ja totuttelevat niiden käyttöön. Lähitulevaisuudessa ne kuitenkin muuttavat kassatyön tarvetta merkittävästi.
 - Kuluttajien kokemuksia itsepalvelukassoista on saatu Feedbackly Oy:n asiakaspalauteaineistosta. Yli 8000 asiakasta eri puolilla Suomea on syksyn 2016 ja talven 2017 aikana antanut Feedbacklyn palautelaitteilla palautetta itsepalvelukassojen käytöstä.
 - Kaupan liiton toukokuussa 2017 toteuttamassa yrityskyselyssä kaupan yritykset kertoivat omia kokemuksiaan itsepalvelukassojen käytöstä. Vastaukset edustavat noin 70 toimipaikkaa.

Toinen näkökulma digikehitykseen kuluttaja-rajapinnasta: kauppa johtaa digikehitystä

Vainu:n digitalisaatioindeksi, asteikko 0 – 10. Indeksi on laskettu yritysten nettisivuillaan hyödyntämien teknologioiden perusteella: analytiikka, mainonta, asiakaspalvelu, asiakkuudenhallinta, markkinointiautomaatio, kielet, sisällönhallinta, some, verkkokauppa, palvelinteknologia, web-teknologia... Vertailut alat ovat palvelualoja tai kulutustavarateollisuutta.



Vähittäiskaupan korkein indeksi on Booky.fi Oy:lla, 8. Korkein indeksi (10) on mm. Karl Fazer Oy:lla.


Turismi kasvualana!

Lisää vertailtavia aloja voi etsiä Vainu.io-palvelusta.

Lähde: Vainu.

8.6.2017

Jaana Kurjenoja



Kauppa tarvitsee
digiosaamista palvelukseen
asiakasta ja ollakseen tehokas
ja kansainvälisesti
kilpailukykyinen

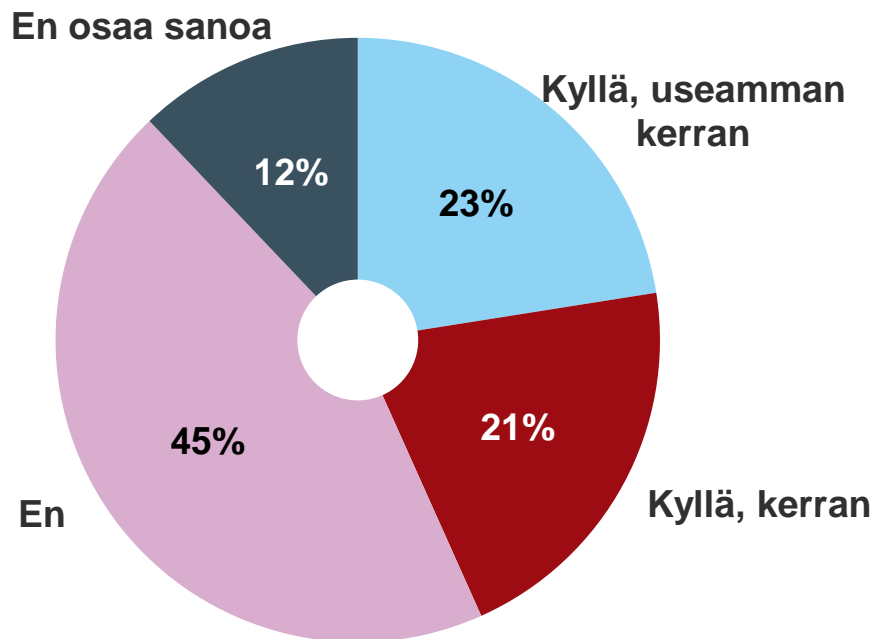
Lähteet:

Turvallisuus, nopeus vai hinta? Kaupan maksutapaselvitys, Kaupan liitto, 10.11.2016;
Digitaalinen kauppa 2016. Verkkokauppaselvitys, Kaupan liitto, 15.3.2017.

Miksi kaupan pitäisi ymmärtää ja seurata maksamisen murrosta?

Maksaminen on osa kuluttajan ostopolkua ja kilpailutekijä – huono kokemus karkottaa asiakkaan

Oletko viimeisen vuoden aikana keskeyttänyt verkko-ostoksen tekemisen maksamisvaiheessa? % verkko-ostoksia tehneistä



Yli 40 % on keskeyttänyt verkko-ostoksen maksamisvaiheessa – usein tekniseen vikaan tai halutun maksutavan puuttumiseen. Ostos jätetään keskeytymisen jälkeen usein tekemättä eikä samaan kauppaan haluta enää palata.

Fyysisen myymälän digitalisaatio – esimerkkinä itsepalvelukassat

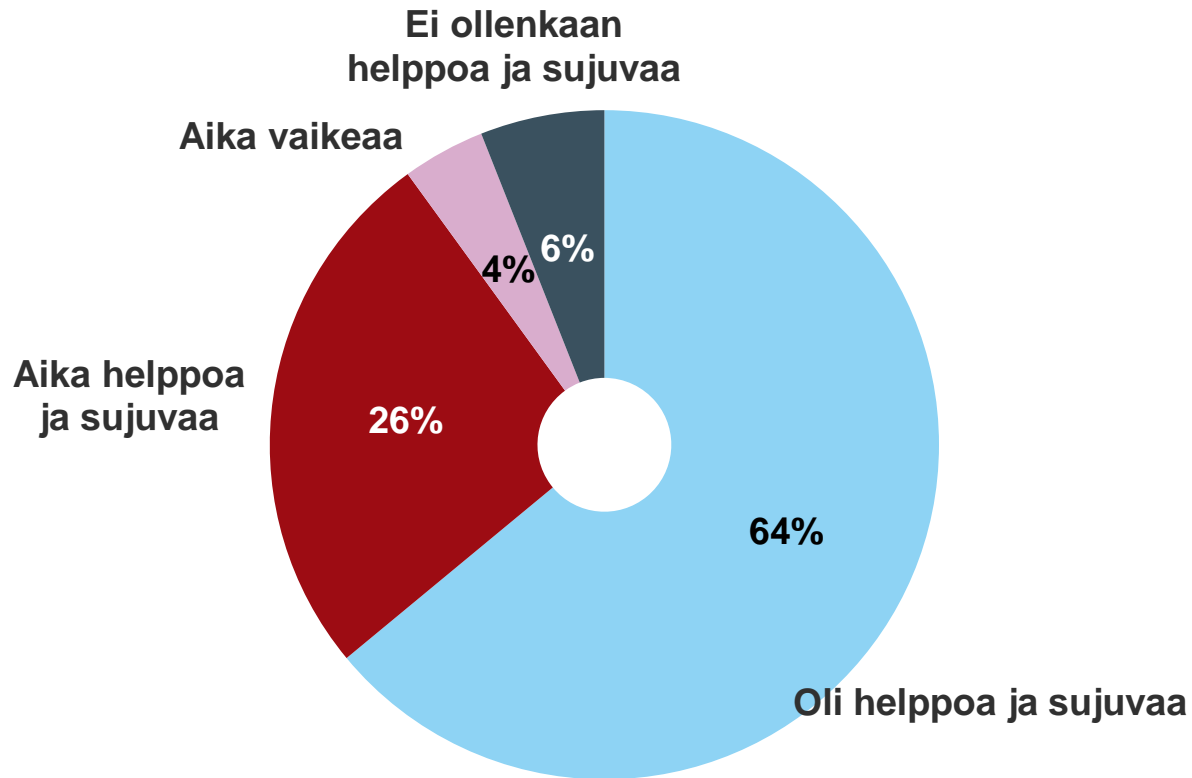
Lähteet:

Feedbackly Oy:n keräämä asiakaspalautedata 2016-2017;
Kaupan liiton yritys­kysely, toukokuu 2017.



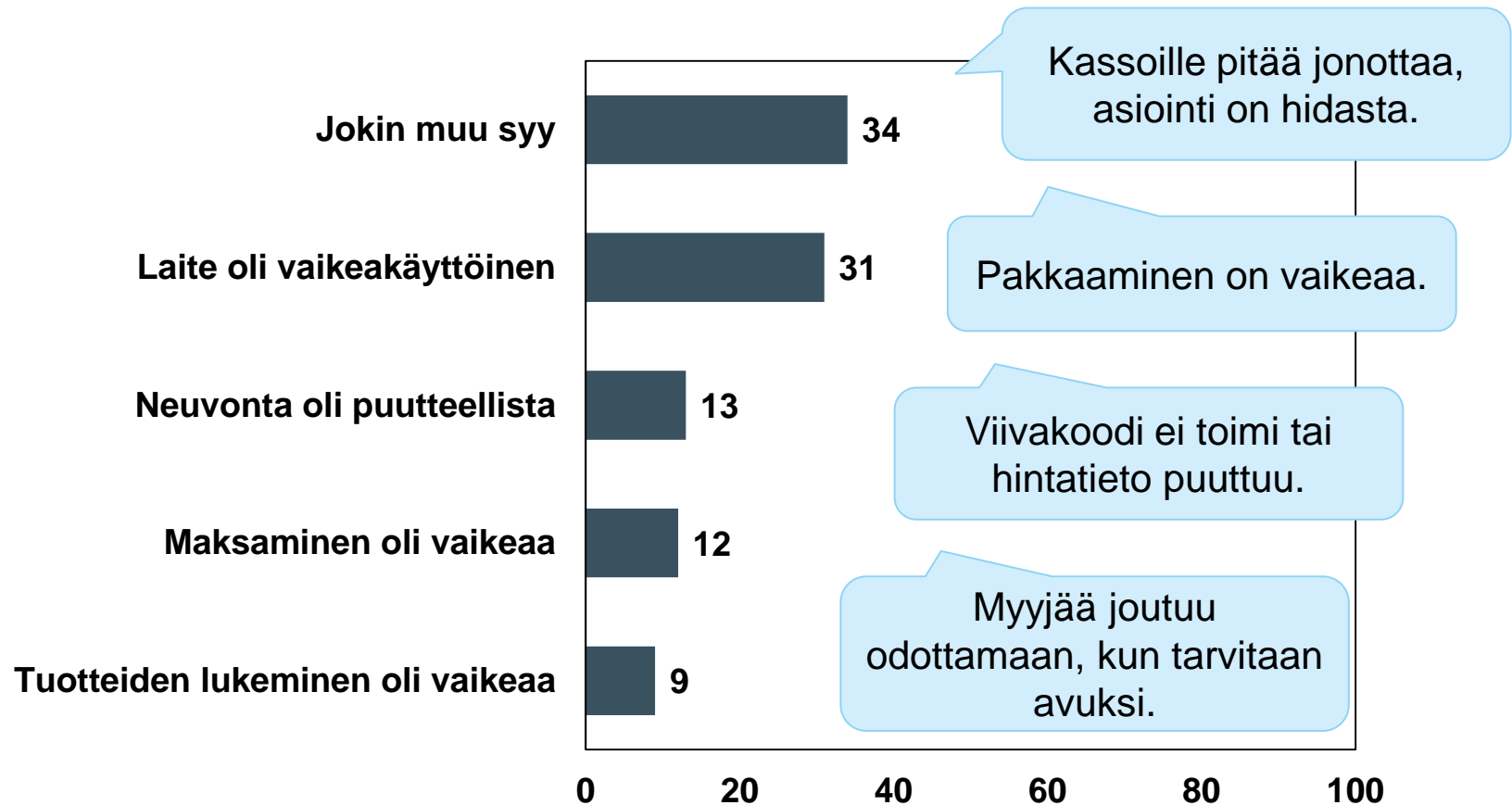
Asiakkaiden mielestä itsepalvelukassojen käyttö on helppoa – alkuvaikeuksien jälkeen

Oliko ip-kassan käyttö helppoa ja sujuvaa?
Ip-kassoja käyttäneet



Ip-kassojen sujuva käyttö vaatii totuttautumista ja joskus neuvontaa

Miksi koit käytön hankalaksi?
Ip-kassoja käyttäneet, %



”Onnistunut uudistus: Kauppias on tyytyväinen, kun asiakaskin on”

Kauppioiden yleisimpiä kommentteja itsepalvelukassoista

Ip-kassoja käytetään usein pienehköihin ostoksiin; vanhemmilla asiakkailla ja lapsiperheillä usein isoja ostoskoreja.

Nuoret käyttävät niitä eniten, mutta kyllä vanhemmatkin uskaltavat.

Alussa pitää kannustaa käyttämään ja opastaa paljonkin, mutta pian arkuus haihtuu ja niistä pidetään.

Ovat helpottaneet ruuhkia.

Myyvälävarkaudet ja muut häiriöt ovat pysyneet ennallaan. (75 % vastaajista)

Hävikki on ollut yllättävän pientä.

Niihin pitäisi saada mahdollisuus maksaa käteisellä.

Selvityksessä käytetyt lähteet

Lähteet:

Elinkeinoelämän Keskusliitto: Yrityskysely digitalisaatiosta ja henkilöstöstä, EK, lokakuu 2016.

Feedbackly Oy: Asiakaspalauteaineisto itsepalvelukassojen käytöstä 2016-2017.

Kurjenoja Jaana (2017): Kaupan liiton yritys-kysely itsepalvelukassoista, Kaupan liitto, toukokuu 2017.

Kurjenoja Jaana (2017): Digitaalinen kauppa 2016. Verkkokauppaselvitys, Kaupan liitto, 15.3.2017.

Kurjenoja Jaana (2016): Turvallisuus, nopeus vai hinta? Kaupan maksutapaselvitys, Kaupan liitto, 10.11.2016.

Vainu.io-palvelu: Vainun digitalisaatioindeksi.



Lisätietoja:

Jaana Kurjenoja

pääekonomisti

Kaupan liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

p. 040 820 5378

Kauppa.fi

Kauppanvuosi.fi

twitter



YouTube

