



posti

Verkkokaupпамittari

kevät 2025



Sisältö

Liiketoimintajohdon katsaus	3
Postin Verkkokaupamittari	5
Ajankohtaista verkkokaupassa	11
• Halvemmat hinnat ja laajempi valikoima vetävät ulkomaille	12
• Käytetyn verkkokaupassa kulkevat myös lahjat	13
• circuly: Tuotteiden tilausmalli on kasvussa Euroopassa	14

Postin Verkkokaupamittari seuraa verkkokaupan kehitystä Suomessa. Sen tavoitteena on antaa näkymää verkkokaupan nykytilaan ja kehitykseen.

Verkkokaupamittari pohjautuu säännölliseen mittaamiseen kuluttajakentässä ja Postin kuluttajille jakamiin verkkokauppalähetysiin. Mittari sisältää kaikki lähetykset, jotka olemme toimittaneet Suomessa kotiinkuljetuksella, automaatteihin, palvelupisteisiin ja postilaatikoihin.



Liiketoimintajohdon katsaus

Verkkokauppaan povataan kasvua tänä vuonna

Vuosi 2024 oli verkkokaupassa jo edeltäjänsä vilkkaampi, ja samaa voi sanoa menneestä joulusta. Toimitusten nopeus ja verkko-ostamisen sujuvuus ovat tällä hetkellä pinnalla olevia teemoja.

Black Friday käynnistää kilpajuoksun joulusesonkiin

Takana on verkkokaupan vilkkain aika, joulusesonki. Postin matkassa kulkevien pakettien määrä kasvoi viime joulusta: toimitimme sesongin kiireisimpinä viikkoina seitsemän miljoonaa pakettia.

Näimme jälleen sesongissa sen, että kauden avaava Black Friday aikaistuu vuosi vuodelta. Mustasta perjantaista on tullut kilpajuoksu, jossa verkkokaupat hakevat myynnillistä etua aloittamalla alennukset ennen muita. Pakettimäärät kääntyivät kasvuun jo Black Fridayta edeltävällä viikolla. Black Friday kuitenkin ajoittui niin myöhään, että iso osa ostoksista kulki vastaanottajilleen vasta joulukuussa.

Käytetyn kasvulle ei näy loppua

Käytetyn kasvu jatkuu verkkokaupassa. Kerroimme jo viime raportissa, että Postin toimittamien, secondhand-aarteita sisältävien pakettien määrä on viisinkertaistunut vuodessa.

Osittain kasvua selittää asiakkaiden hintatietoisuus, mutta ennen kaikkea muuttunut kuluttajakäytös ja halu tehdä kestävämpiä valintoja.

Nyt voimme jo todeta, että secondhand ei ole hetken huumaa, vaan pysyvä ilmiö. Markkinoille tulleet toimijat ovat aidosti kasvattaneet kysyntää. Monelle käytetystä on tullut vaihtoehto myös joulun lahjahankintoihin – ja toisaalta keino laittaa itselleen sopimaton lahja kiertoon.

Nopeus ja sujuvuus ovat nousevia teemoja

Me postilaiset tapaamme säännöllisesti suomalaisia verkkokauppoja. Nopeus on teema, joka nousee nyt keskusteluissa heidän kanssaan entistä vahvemmin. Joillain toimialoilla verkkokaupat asettavat jo omat tavoitteensa toimitusten nopeuteen, esimerkiksi mittaamalla seuraavan päivän toimitusten osuutta. Me Postissa kasvatimme nopeutta viime syksynä ottamalla käyttöön lauantaitoimitukset.

Sujuvuus ja helppous ovat myös pinnalla olevia teemoja. Vaatimukset verkkokaupan asiakaskokemusta kohtaan kasvavat koko ajan. Kun muutama vuosi sitten paketit haettiin mielellään hieman kauempaa, nyt ne halutaan mahdollisimman lähelle, mahdollisimman vaivattomasti. Noutamisen verkostot tihenevät ja kotiinkuljetukset yleistyvät.

”Vaatimukset verkkokaupan asiakaskokemusta kohtaan kasvavat koko ajan.”

Otimme Postissa käyttöön uuden toimitustavan, Pikkupaketin ovelle, vastauksena vaivattomuuteen: sen avulla vastaanottaja saa pakettinsa edullisemmin kotiin asti, joko postiluukkuun tai ovelle.

2025 on verkkokaupassa kasvun vuosi

Markkinalla on nähty muutama laskeva vuosi, mutta vuonna 2024 Postin toimittamien pakettien määrä kääntyi takaisin nousuun. Uskomme, että sama kehitys jatkuu, ja vuosi 2025 on verkkokaupassa jälleen kasvun vuosi.

Toivotan antoisia lukuhetkiä katsauksen parissa!

Kaj Kulp

liiketoimintajohtaja, verkkokauppapalvelut



Verkkokauppamittari



Verkkokaupпамittari näyttää, miten markkina on kehittynyt

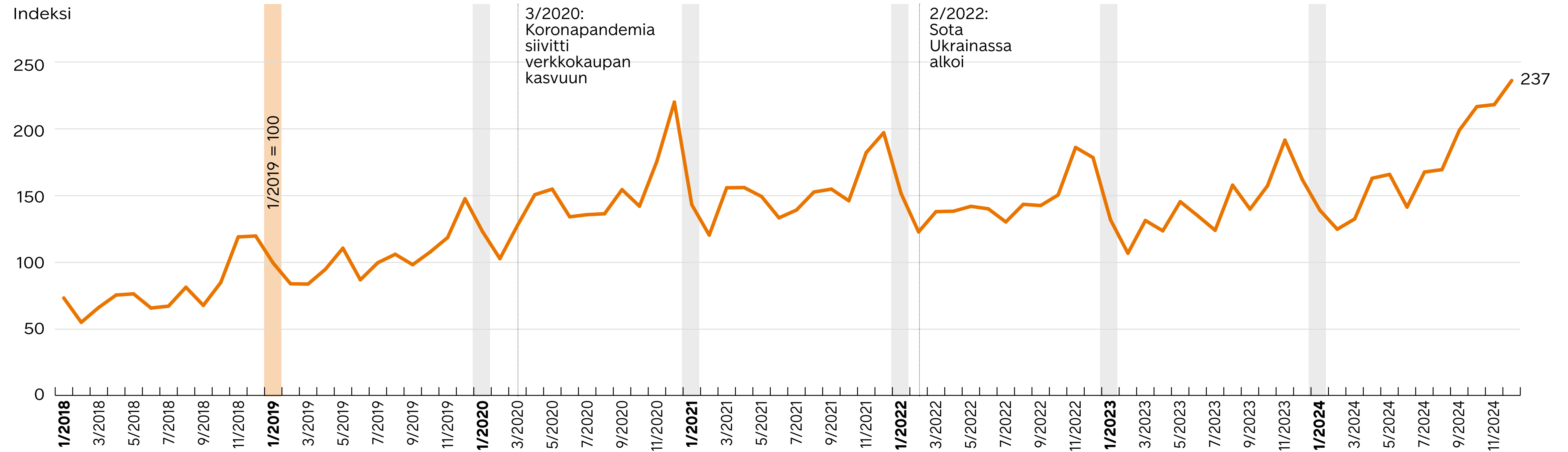
Postin Verkkokaupпамittari seuraa verkkokauppaa Suomessa. Sen tavoitteena on antaa näkymää verkkokaupan nykytilaan ja kehitykseen.

Verkkokaupпамittari pohjautuu säännölliseen mittaamiseen kuluttajakentässä*, Postin kuluttajille jakamiin verkkokauppalähetysiin ja Postin analyysiin. Mittari sisältää kaikki lähetykset, jotka olemme toimittaneet Suomessa kotiinkuljetuksella, automaatteihin, Posteihin ja postilaatikoihin.

* Säännöllinen mittaaminen kuluttajakentässä kattaa kuukausitasolla noin 1 500 vastaajaa. Tiedot kerätään internetpaneelissa.

Verkkokaupamittari näyttää kehityksen vuodesta 2018 vuoden 2024 loppuun asti. Verkkokaupan pakettimäärät olivat viime vuonna hieman korkeampia kuin vuonna 2023.

Kaupan kokonaiskehitys tammikuu 2018 – joulukuu 2024



Vuonna 2024 Postin toimittamien pakettien määrä kasvoi erityisesti lääkkeiden ja kosmetiikan, tavarakaupan sekä vaatteiden ja kenkien osalta. Kehitystä verrataan vuoteen 2023.

Tuotekategorioiden kehitys 2024 vs. 2023

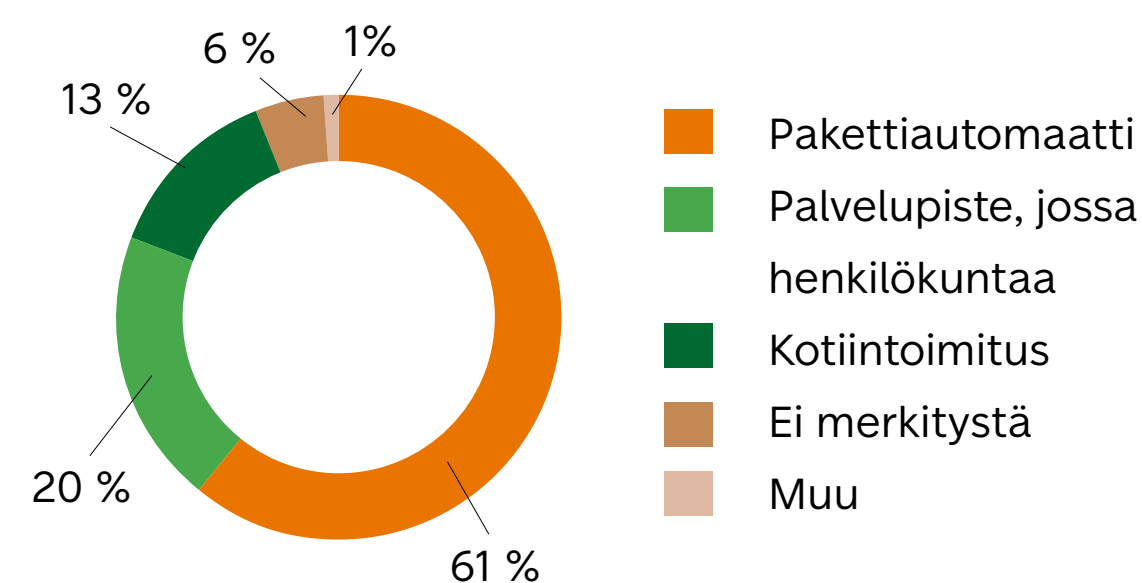


Tuotekategorioiden kehitys sesonki 2024 vs. sesonki 2023



Verkkokauppakyselyn tulokset täydentävät Verkkokaupparamittarin tilannekuvaa. Kysely toteutettiin kuluttaja-asiakkaiden yhteisöalustalla Postin testamossa 7.–14.1.2025. Vastaajat ovat Postin asiakkaita. Vastausten määrä oli 621.

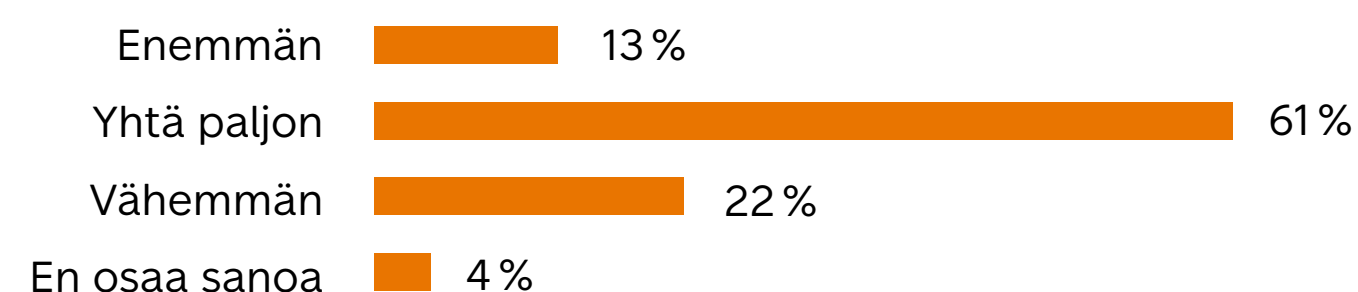
Miten vastaanotat pakettisi mieluiten?



Tärkeimmät kriteerit pakettitoimittajan valinnassa

Toimitus tulee haluaamani paikkaan	75 %
Edullinen hinta	64 %
Voin seurata paketin kulkua jatkuvasti	42 %
Nopea toimitusaika	32 %
Hyvä asiakaspalvelu (esim. ongelmatilanteissa)	18 %
Toimitus tulee haluamaani aikaan	11 %
Tuttu paketitoimittaja	10 %
Päästö-/hiilivapaa kuljetus	6 %

Tilaatko tällä hetkellä verkkokaupoista enemmän, vähemmän vai yhtä paljon kuin vuosi sitten?



20 %
on ainakin satunnaisesti
tilannut verkko-ostoksia
pikatoimituksella
(toimitus korkeintaan
muutamassa tunnissa).



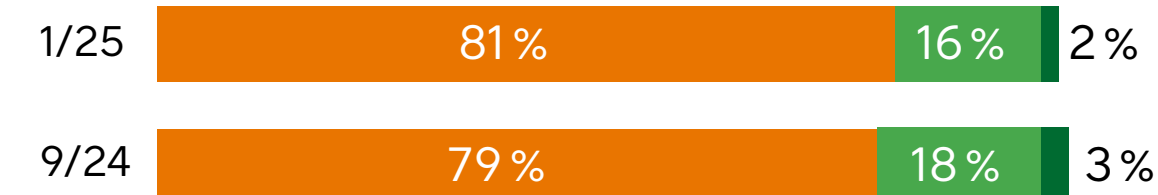
Ostan ensisijaisesti kotimaisista verkkokaupoista ulkomaisten sijaan



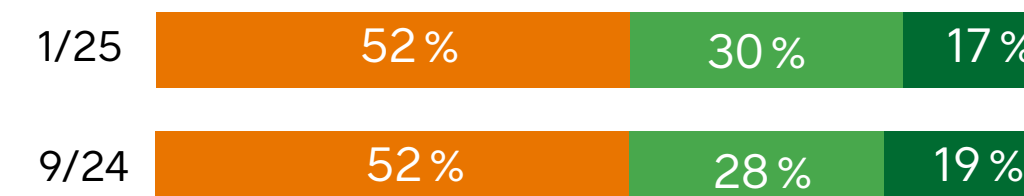
- Kuvailee minua erittäin hyvin
- Kuvailee minua jossain määrin
- Kuvailee minua korkeintaan satunnaisesti
- Ei kuvaile minua lainkaan

Kuinka usein tilaat kotimaisista ja ulkomaisista verkkokaupoista?

Kotimaisista verkkokaupoista



Ulkomaisista verkkokaupoista



- Säännöllisesti tai satunnaisesti
- Harvoin
- En lainkaan

”Asun haja-asutusalueella. Hankin mitä tarvitsen verkkokaupoista.”

– Verkkokauppakyselyn vastaaja

”Haluan vähentää ylikulutusta ja täten myös ympäristöä kuormittavia päästöjä. Ostan enimmäkseen käytettyä.”

– Verkkokauppakyselyn vastaaja

”Hyvät tarjoukset ja ilmaiset kotiin toimitukset innostavat.”

– Verkkokauppakyselyn vastaaja

”Kaikki on nykyisin niin kallista, eikä ole varaa käyttää rahaa muuhun kuin pakollisiin ostoksiin.”

– Verkkokauppakyselyn vastaaja

”Verkkokaupasta tilaaminen on helppo tapa liikuntarajoitteiselle.”

– Verkkokauppakyselyn vastaaja

Ajankohtaista verkkokaupassa



Halvemmat hinnat ja laajempi valikoima vetävät ulkomaille

Kansainvälinen verkkokauppa puhuttaa Suomessa. Postin tammikuisen asiakaskyselyn perusteella ulkomailta tilataan erityisesti siksi, koska hinnat ovat halvempia, tuotevalikoima on laajempi, eikä haluttua tuotetta löydy Suomesta.

Kansainvälinen verkko-ostaminen kohdistuu erityisesti muihin Euroopan maihin. Kyselyn vastaajat kertovat tilaavansa eniten Saksasta ja Ruotsista. Kolmen kärkeen nousee myös Kiina.

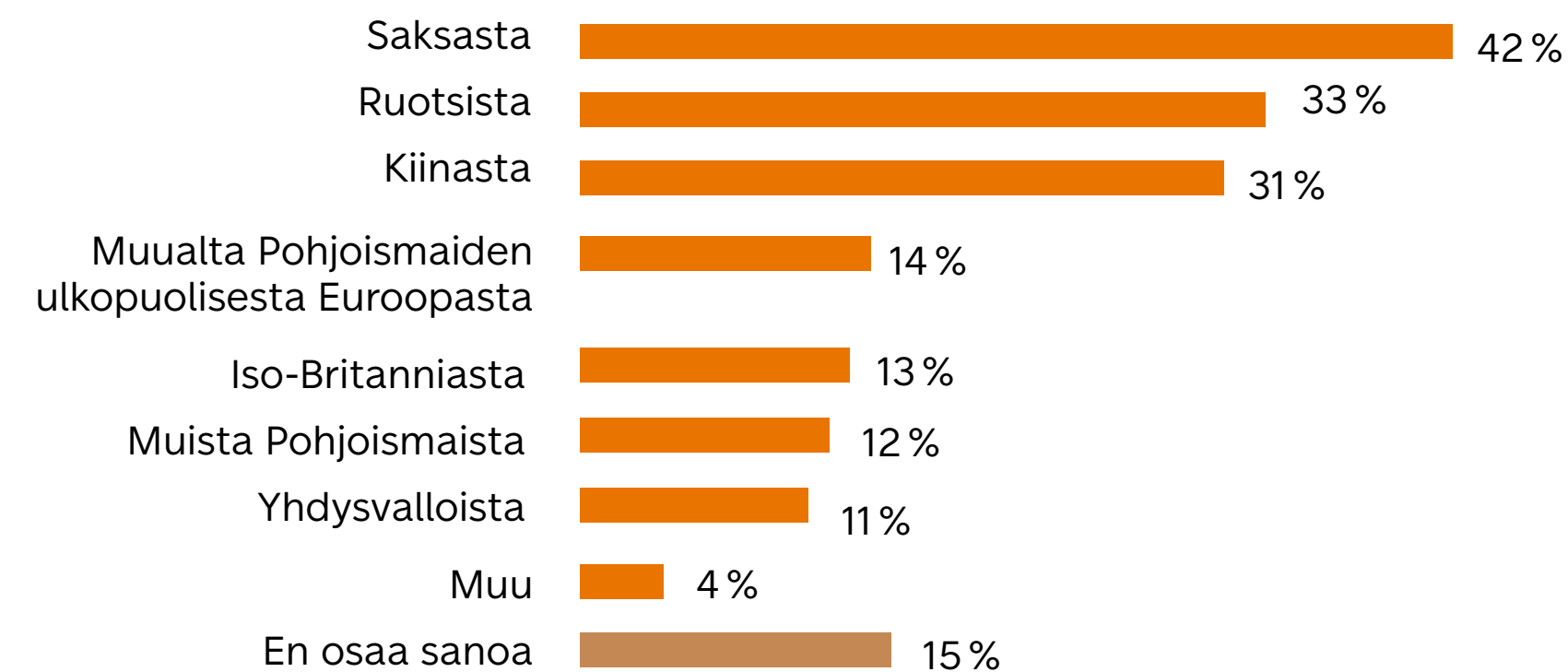
"Ulkomaan toimitukset ovat kasvussa, ja kasvu näyttäisi jatkuvan. Noin kolmasosa Postin toimittamista paketeista tulee tällä hetkellä Suomen ulkopuolelta. Me Postissa haluamme auttaa myös suomalaisia verkkokauppoja ponnistamaan ulkomaille. Esimerkiksi Baltia on kasvava

markkina, joka voi tarjota potentiaalia lähellä Suomea", asiakkuusjohtaja

Jukka Vasama kertoo.

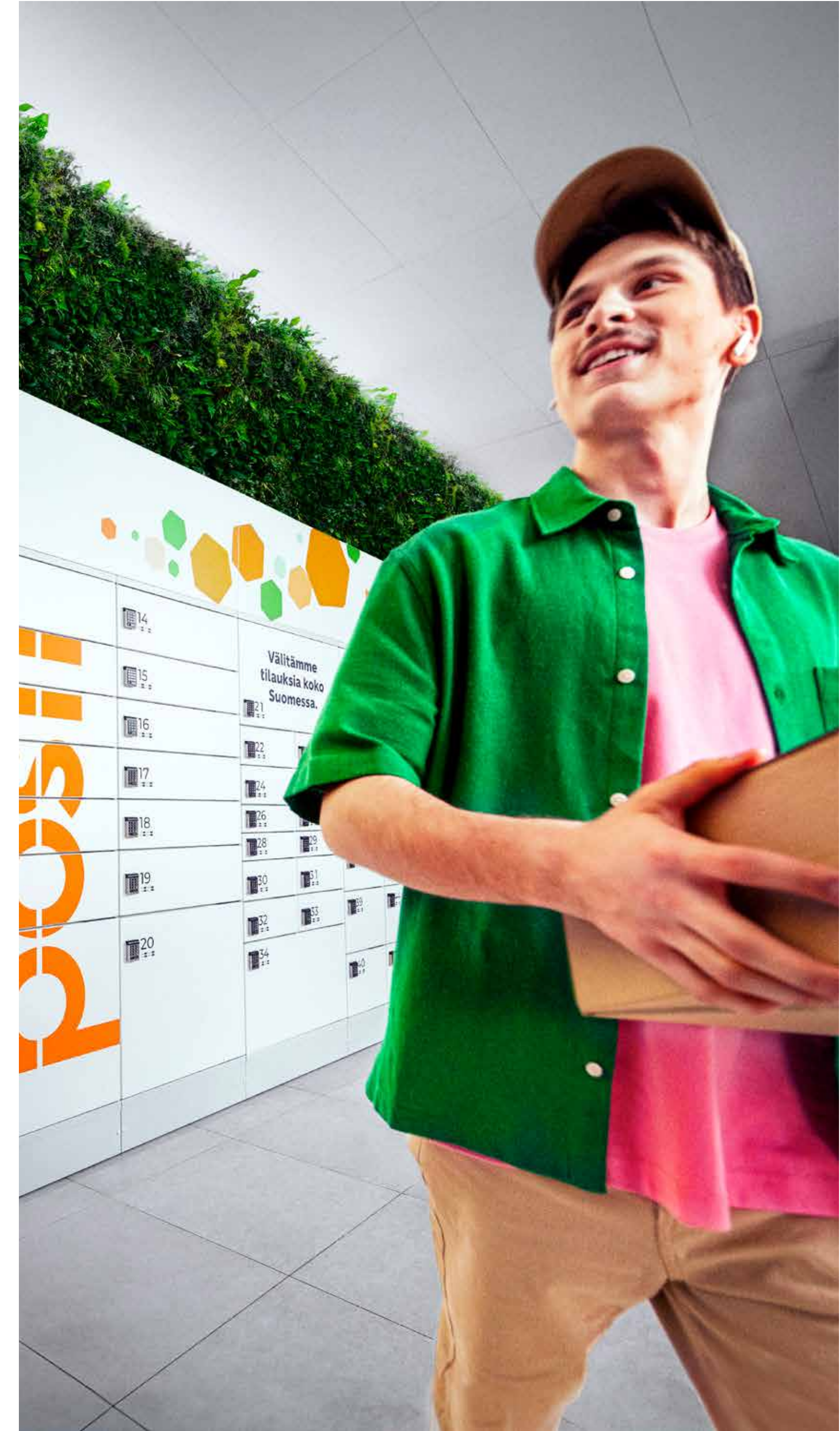


Minkä maalaisista verkkokaupoista tilaat useimmiten, kun tilaat ulkomailta?



Viisi tärkeintä syytä tilata ulkomaisista verkkokaupoista

1. Halvemmat hinnat	62 %
2. En saa haluamiani tuotteita Suomesta	53 %
3. Laajempi tuotevalikoima	50 %
4. Paremmat tarjoukset tai alennukset	34 %
5. En saa haluamiani brändejä Suomesta	13 %



Käytetyn verkko- kaupassa kulkevat myös lahjat

Käytetyn tavarankäyttö on jatkuvassa kasvuvaiheessa. Postin asiakaskyselyssä noin 12 % kertoo ostavansa ja myyvänsä käytettyä verkossa enemmän kuin vuosi sitten. Postin toimittamien, secondhand-arteita sisältävien pakettien määrä on noin viisinkertaistunut vuodessa.

Käytetty tarjoaa uusia mahdollisuuksia myös lahjanantajille ja -saajille. Vastaajista 52 % haluaisi hankkia ainakin satunnaisesti enemmän käytettyjä lahjoja. 40 % on joskus jälleenmyynyt itse saamansa lahjan.

”Käytetyn myynnistä ja ostamisesta on tullut viime aikoina entistä verkkokauppamaisempaa ja sujuvampaa, mikä on tuonut sen useampien ulottuville ja vauhdittanut kasvua entisestään. Me Postina mahdollistamme secondhand-arteiden kuljettamisen ympäristöystävällisesti pidempienkin matkojen päähän, laajentaen näin valikoimaa ostajille ja ostajakuntaa myyjille”, kertoo **Elina Rosenlund**, joka vastaa Postilla kuluttajien välisestä lähettämisestä.



Haluaisin hankkia jatkossa enemmän käytettyjä lahjoja läheisilleni

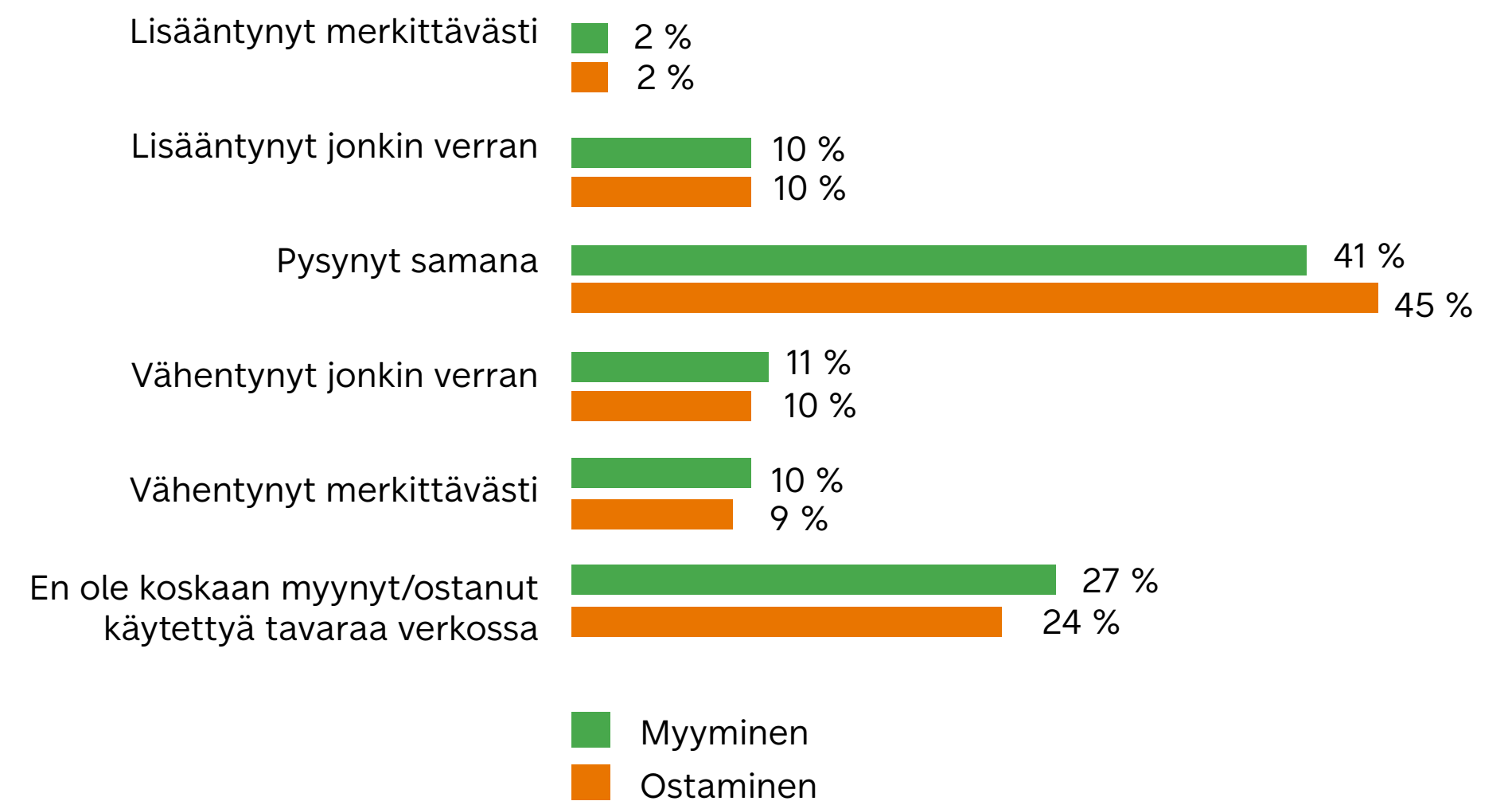


Olen joskus jälleenmyynyt saamiani lahjoja eteenpäin



- Kuvailee minua
- Kuvailee minua korkeintaan satunnaisesti
- Ei kuvaile minua lainkaan
- En osaa sanoa

Onko käytetyn myyminen tai ostaminen verkossa muuttunut kohdallasi vuoden takaiseen verrattuna?



circuly: Tuotteiden tilausmalli on kasvussa Euroopassa

Kiertotalous kasvaa ja muuttaa sitä, miten tuotteita kulutetaan. Eurooppalaiset ovat lisääntyvissä määrin kiinnostuneita tuotteiden vuokraamisesta ja tilausmalleista, jotka tarjoavat vastuullisemman vaihtoehdon omistamiselle. Saksalainen SaaS-yritys circuly auttaa yrityksiä viidellä eri mantereella pääsemään kiinni kasvavaan markkinaan.

Tuotteiden vuokraaminen omistamisen sijaan yleistyy

Jos yritykselläsi on tuote, joka on arvokas, laadukas ja tarpeen vain tietyssä aikana, hyviä uutisia: käsissäsi voi olla potentiaalia laajentaa liiketoimintaa vuokraus- tai tilausmalliin.

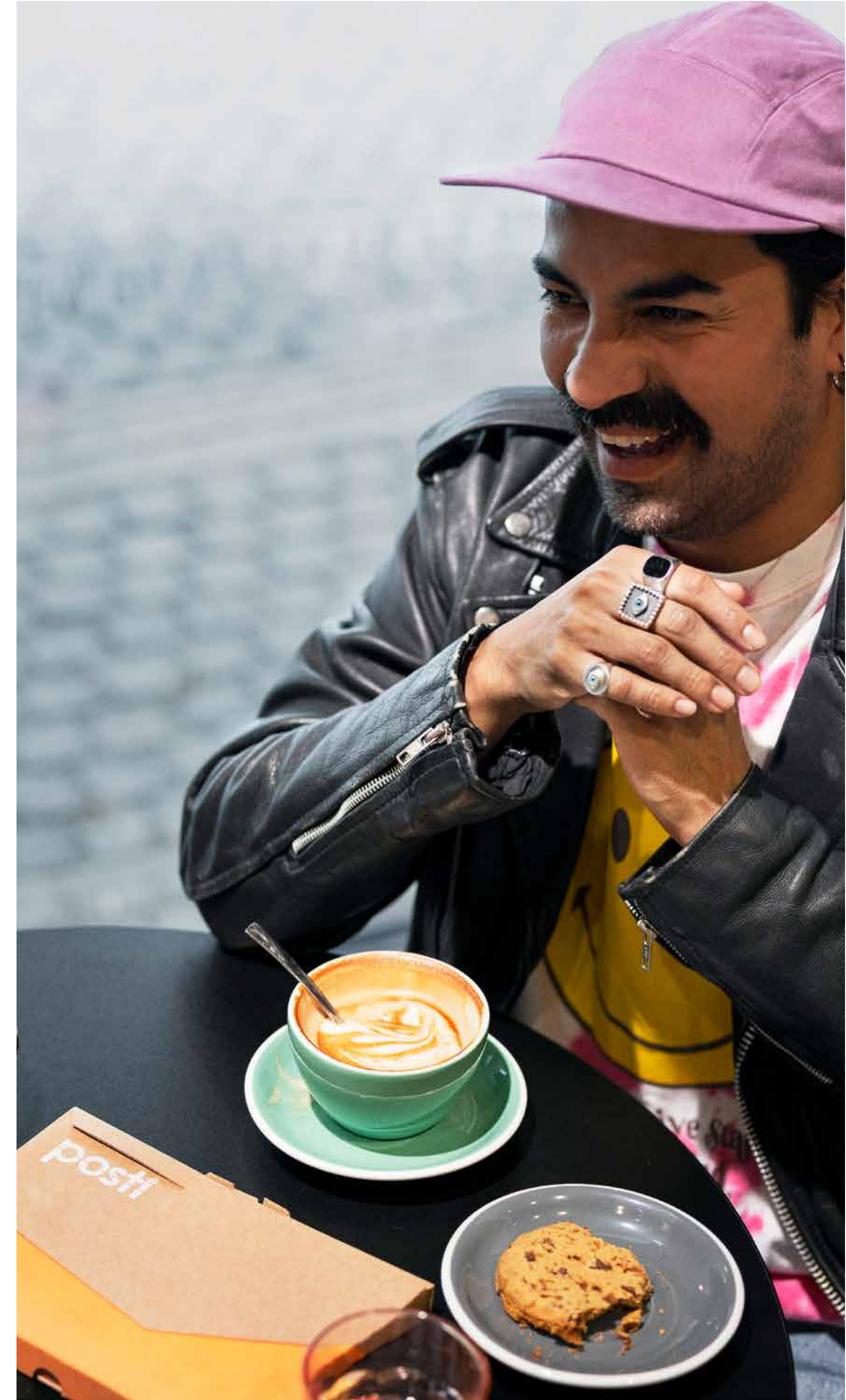
Ilmiö, jossa asiakkaille tarjotaan pääsyä tuotteeseen sen myymisen sijaan, kasvaa. Tuotteiden tilausmallien globaalin markkinan ennustetaan olevan arvoltaan yli 700 miljardia euroa vuonna 2025. Yleisiä tuotekategorioita ovat lastentarvikkeet, elektroniikka, lääketieteelliset laitteet ja pyörät.

”Moni yritys on havahtunut kiertotalouden hyötyihin. Tilausmalleja on ilo pitchata heille, koska niissä yhdistyy vastuullisuus ja kannattavuus. Yritys säästää rahaa ja resursseja tuottamalla vain yhden tuotteen neljälle asiakkaalle tavanomaisen neljän sijaan. Meidän asiakkaamme kasvavat tällä hetkellä noin 400 prosentin vuosivauhtia”, circuly:n yritysasiakaspäällikkö **Michael Schmidt** kertoo.



Uusia asiakkaita ja enemmän tuotekohtaista tuottoa

Siirtyminen kertamyynnistä tuotteiden vuokraamiseen on iso muutos mille tahansa yritykselle. Teknologia ja logistiikka ovat ratkaisevia osa-alueita, joissa kumppanit kuten circuly ja Posti voivat auttaa. circuly tarjoaa yrityksille digitaalisen ratkaisun tilausten hallintaan ja asiakkaiden palvelemiseen mutkattomasti omalla verkkokauppa-alustalla. Logistiikkakumppanit kuten Posti voivat auttaa hallitsemaan tuotevirtoja ja kunnostuksia.



”Tilausmallia varten on rakennettava paljon prosesseja. Sen sijaan, että myyt tuotteen ja saat kaupat valmiiksi, oletkin tilanteessa, jossa tuote laittaa yrityksesi jatkuvaan vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa – ja tuote voi hetkellä millä hyvänsä palautua yrityksellesi”, circulyl markkinointi- ja sisältöpäällikkö **Garima Singh** huomauttaa.



Hyötyjä ovat esimerkiksi korkeammat tuotekohtaiset tuotot, toistuva kassavirta, jonka varaan yrityksesi voi laskea, ja pidempiaikaiset suhteet asiakkaisiin.

Kiertotalous voi myös auttaa tavoittamaan uusia asiakkaita. circulyl kokemus on, että kun yritykset lanseeraavat vuokraus- tai tilausmalleja, viisi prosenttia asiakkaista tulee yrityksen nykyisestä asiakaskunnasta. Se tarkoittaa, että loput 95 prosenttia ovat täysin uusia asiakkaita. Tuotetilaukset tai -vuokraukset voivatkin olla monelle kätevä keino kasvattaa markkinaosuutta ja tavoittaa uusia asiakkaita, erityisesti nuorempia ikäpolvia.

circulyl vinkit tilaus- tai vuokrausmallista kiinnostuneille:

1. Pidä markkinaa silmällä. Onko kilpailijalla jo samankaltainen ratkaisu kotimarkkinallasi tai muualla? Älä jää odottamaan, että he tulevat reviirillesi. Vahvista oma asemasi, ennen kuin kilpailija ehtii paikalle.
2. Aloita pienestä ja hyödynnä lean-ajattelua. Aloittamiseen tarvitset käytännössä vain maksuntarjoajan, joka pystyy käsittelemään toistuvia veloituksia, ja verkkokauppa-alustan.
3. Viesti palvelusta ja sen hyödyistä asiakkaille aktiivisesti ja varmista, että he kokevat hallitsevansa tilannetta. Tilausväsymys voi iskeä, joten on hyvä varmistaa, että asiakkaat eivät koe jäävänsä jumiin aloittaessaan tilauksen yrityksesi kanssa.

Valmis ratkaisu suomalaisille verkkokaupoille

Posti ja circuly tarjoavat yrityksille Suomessa avaimet käteen -ratkaisun, joka sisältää kiertotalouteen tarvittavat digitaaliset ja logistiikan palvelut. Jos haluat kuulla lisää siitä, miten voimme auttaa yritystäsi kasvamaan, ota yhteyttä osoitteessa posti.fi/myynti.

”Hyötyjä ovat korkeammat tuotekohtaiset tuotot, toistuva kassavirta ja pidempiaikaiset suhteet asiakkaisiin.”

posti