



Miten sähköisen kaupankäynnin näkymät muuttuvat?

Kiitos, että katsoit sähköisen kaupankäynnin näkymiä käsitelleen webinaarimme. Löydät tästä tiivistelmästä webinaarissa esiin tuodut tärkeimmät asiat sekä asiantuntijoidemme vinkit siihen, miten pystyt mahdollisimman hyvin hyödyntämään sähköisen kaupankäynnin uusia mahdollisuuksia.

Huomio: Tässä asiakirjassa esitetty tieto ei tarjoa lainopillisia, verotuksellisia, taloudellisia, rahoituksellisia tai liiketoiminnallisia neuvoja, ja se on suunniteltu antamaan vain yleistä tietoa liittyen liiketoimintaan ja kaupankäyntiin. Esitetyt sisällöt, tiedot ja palvelut eivät korvaa pätevän ammattilaisen, kuten esimerkiksi asianajajan, lakitoimiston, kirjanpitäjän, rahoitusneuvojan tai pankkiirin tarjoamaa neuvonantoa.



Kuinka verkkokauppa on muuttunut koronapandemiaa edeltäneestä ajasta?

Sen lisäksi, että verkosta ostamisen suosio on kasvanut voimakkaasti, myös monet yritykset ovat laajentaneet toimintaansa verkkokauppaan tai alkaneet tavoitella loppuasiakkaita suoraan ilman kolmatta osapuolta välikätenä. Monet yritykset ovat myös havainneet, että sähköinen kaupankäynti tarjoaa uusia oivallisia myyntimahdollisuuksia – etenkin maiden rajat ylittävä verkkokauppa on lisääntynyt.

Tärkeimmät tilastotiedot sähköisen kaupankäynnin kasvusta...

Rajat ylittävä verkkokauppa lisääntyi huhti-toukokuussa 2020 **jopa 30 %** edelliseen vuoteen nähden¹

Kesäkuussa 2020 maailmanlaajuinen verkkokauppa oli **kasvanut 28 %** kesäkuuhun 2019 verrattuna²

Elokuuhun 2020 mennessä verkkokauppa oli Euroopassa **lisääntynyt 30 %** pandemiaa edeltäneeseen aikaan nähden³

...ja kuinka pandemia on vaikuttanut yrityksiin

Lähes 80 % yrityksistä sanoo, että koronapandemia on häirinnyt yrityksen toimintaa⁴

Verkkokaupat odottavat **40 %:n kasvua** liikevaihdossa⁵

30 % FedExin asiakkaita näkee mahdollisuuksia laajentaa liiketoimintaansa uusille markkinoille seuraavan 12 kuukauden aikana⁶

Parhaat vinkit

Vahvista toimitusketjuasi:

Täydennä varastoja nopeasti ja käytä varastotasojen hallintaan saatavilla olevia työkaluja.

Käytä entistä monipuolisempia keinoja, joilla saavutat markkinat:

Hyödynnä kolmansien osapuolten tarjoamia etuja, kuten verkkokauppapaikkoja, mutta myy myös suoraan oman kanavasi kautta niin, että kuluttajat oppivat tuntemaan tuotemerkkisi.

Käytä joustavaa lähetysstrategiaa:

Varmista, että lähetysvaihtoehtosi vastaavat erilaisiin tarpeisiin – eivätkä tarjoa pelkästään nopeinta tai halvinta toimitusta. Solmi kumppanuussuhde sellaisen logistiikkapalvelujen tarjoajan kanssa, joka pystyy tarjoamaan erilaisia toimituksia nopeuden ja hinnan suhteen.



Sähköistä kaupankäyntiä muovaavat maailmanlaajuiset ja teknologiset trendit

Ostajat voivat vaikuttaa yhä enemmän liiketoimintaa koskevaan päätöksentekoon, sillä kuluttajat saavat äänensä kuuluviin sosiaalisessa mediassa. Parantuneesta asiakaskokemuksesta – esimerkiksi entistä nopeampien ja vaivattomampien palautusten muodossa – tulee yhä tärkeämpi kilpailukyvyn osa-alue. Myös ympäristöystävällisten hankkeiden määrä lisääntyy sitä mukaa, kun yhä useammat yritykset siirtyvät ympäristöystävällisiin logistiikkakäytäntöihin.

Teknologian näkökulmasta verkkokauppapaikoista tulee yhä merkittävämpiä – etenkin pandemian jälkeen, jolloin yhä useammat yritykset tarvitsevat tukea verkkoon siirtymiseen. Jatkuvasti yhä useampi yritys ymmärtää myös, että niiden on digitalisoitava toimintaansa ja siirrettävä verkkoon monikanavatoteutuksen ja tulliselvityksen kaltaisia prosesseja.

Myös tietoturva on keskeisessä asemassa, ja yhä useampi sähköistä kaupankäyntiä harjoittava yritys käyttääkin Blockchain-teknologiaa hallitakseen asiakaskokemusta ja asiakkaiden aikaansaamaa dataa.

Tilastotietoja tärkeimmistä trendeistä

Rajat ylittävien verkkokauppapaikkojen ennustetaan kasvattavan markkinaosuuttaan nykyisestä **59 prosentista 65 prosenttiin vuonna 2025⁷**

50 % kuluttajista ostaa tuotteita vain sellaisilta tuotemerkeiltä, jotka yrittävät olla ympäristöystävällisiä⁸

Verkkokauppapaikat muodostavat yli **50 %** maailmanlaajuisesta verkkomyynnistä⁹

Parhaat vinkit

Huomioi ympäristöseikat: Osoita asiakkaillesi, että ympäristönsuojelu on yrityksellesi tärkeää ja että voit toimia asiakkaasi ”vihreänä kumppanina”. Pyri vähentämään tekemiesi toimitusten määrää – voit sen jälkeen tarjota asiakkaillesi alhaisempia hintoja, mikä puolestaan tekee yrityksestäsi kilpailukykyisemmän.

Hyödynnä verkkotyökaluja: Verkkotyökalujen ansiosta saat lähetettyä tavaraa rajojen yli mahdollisimman vähäisellä vaivalla – FedExillä on valikoima tulliselvitystyökaluja, joiden avulla voit täyttää ja lähettää välttämättömät lähetysasiakirjat.



Mille uusille markkinoille sähköistä kaupankäyntiä harjoittavat yritykset voivat pyrkiä laajentumaan?



Huolimatta vuoden 2020 aikana ilmenneistä muutoksista yrityksesi voi silti löytää uusia kasvumahdollisuuksia uusilla markkinoilla. Sinun kannattaa kuitenkin ajatella tätä kasvua pikemminkin kehityksenä – aloita kotimarkkinoista ja alen jälkeen tähyillä Euroopan markkinoille ja lopulta Euroopan ulkopuolelle.

Yhdysvaltain ja Aasian ja Tyynenmeren alueen kaltaisten markkina-alueiden verkkokaupan potentiaali on viime vuosina kasvanut huomattavasti, mutta myös nousevia markkina-alueita, kuten Latinalaista Amerikkaa ja Etelä-Koreaa, kannattaa harkita. Japanissa, Singaporessa ja Australiassa tuonti on vientiä yleisempää, joten voit tarkistaa, millaista kysyntää näillä alueilla on omille tuotteillesi.

Parhaat vinkit

Ymmärrä, mitä kaikkea toiminnan laajentamiseen liittyy: Perehdy tullisäännöksiin, tuotteen kysyntään ja erilaisiin prosesseihin, joita toiminnan laajentaminen uusille markkinoille edellyttää. Anna tiimillesi koulutusta tarpeen mukaan ja tutki, millaista kuluttajakäyttäytyminen on kohdealueillasi.

Huolehdi logistiikasta: Laajenna tietojasi omatoimisesti tai ota yhteyttä logistiikkapalveluiden tarjoajaan, joka voi tukea sinua liiketoimintasi kasvaessa. Valitse kumppani, joka auttaa sinua tarjoamaan asiakkaillesi joustavia toimitusvaihtoehtoja ja toiminnan helppoutta ja joka täyttää asiakkaidesi tarpeet nopeuden ja kustannustehokkuuden osalta.

Tilastotietoja tärkeimmistä markkina-alueista

63 % kaikesta digitaalisesta vähittäismyynnistä tuli Aasian ja Tyynenmeren alueelta¹⁰

Noin **25 %** FedExin pk-yritysassiakkaita lähettää tällä hetkellä tavaraa Lähi-itään ja Latinalaiseen Amerikkaan, kun taas **20 %** tekee lähetyksiä Afrikkaan¹¹



Löydä uusia mahdollisuuksia



Saat lisää hyödyllisiä vinkkejä ja tietoa siitä, kuinka voit tuoda liiketoimintasi lähemmäs uusia mahdollisuuksia muuttuvassa maailmassa, käymällä osoitteessa [fedex.com](https://www.fedex.com).

Tutustu sähköisen kaupankäynnin palveluihimme ja -oppaisiimme

[FedExin sähköisen kaupankäynnin ratkaisut](#)

[Opas: Sähköinen kaupankäynti epävakaassa tilanteessa](#)

[Palautusratkaisut](#)

Lähteet

¹ [Global cross-border e-commerce grows 21%](#), Digital Commerce 360

² [ACI Worldwide Research Reveals Increase in June eCommerce Sales](#), ACI Worldwide

³ [Pulse Report for Ecommerce in Europe](#), Signifyd

⁴ [COVID 19 Survey: Impacts On Global Supply Chains](#), Cision PR Newswire

⁵ [Lehdistötiedote: Coronavirus pandemic boost and disrupts the European online fashion industry](#), Cross-border Commerce Europe

⁶ FedEx asiakastutkimus 2020

⁷ [Marketplaces Top 100 World EU16 2020](#), Cross-border Commerce Europe

⁸ [Consumers don't want to choose between sustainability and convenience](#), Marketing Week

⁹ [What are the top online marketplaces?](#), Digital Commerce 360

¹⁰ [Global eCommerce 2020](#), eMarketer

¹¹ FedExin asiakastutkimus 2020