



Verkkokauppiain logistiikkaopas

SHIPIT

Logistiikan merkitys verkkokaupassa - käytännön ohjeita onnistumiseen

Kun verkkokauppaa perustetaan, logistiikka jää usein alkuvaiheessa taka-alalle, vaikka sen merkitys on suuri verkkokaupan liiketoiminnassa onnistumiseen.

Saat tästä oppaasta vinkkejä, mitä asioita kannattaa ottaa huomioon, kun organisoit verkkokauppasi logistiikkaa.

Logistiikka on tärkeä osa verkkokauppaa ja sen kannattavuutta. Valtakunnallisen [logistiikkaselvityksen](#)* (2018) mukaan, logistiikkakustannusten osuus yritysten liikevaihdossa on kasvanut jatkuvasti ja vuonna 2017 se oli yrityksissä keskimäärin jo 14,1 prosenttia. Logistiikan osuuden arvioidaan kasvavan jatkossakin – maailmantalous kasvaa ja kuljetusvolyymit lisääntyvät. Lisäksi Suomessa ja EU:n tasolla on tehty lukuisia vero- ja ympäristöpäätöksiä, jotka nostavat kuljetuskustannuksia. Nämä ovat suuri haaste kaupan alalle. Logistiikkaselvitysten mukaan yritykset voivat vaikuttaa noin puoleen logistisesta kilpailukyvyystään. Osa kustannuksista on kiinteitä ja ne määräytyvät ulkoisesti, kuten polttoaineiden hinnat, mutta yritys voi tehostaa toimintaansa suunnittelemalla omaa toimintaansa, kuten sisäistä logistiikkaa mahdollisimman hyvin.

* <https://blogit.utu.fi/logistiikkaselvitys/wp-content/uploads/sites/92/2019/01/Logistiikkaselvitys-2018-FINAL.pdf>

Logistiikkakustannusten suuri osuus verkkokauppojen liikevaihdossa on ymmärrettävää. Vaikka myynti ja markkinointi tapahtuisi kokonaan netissä, verkkokaupat toimivat fyysisessä reaali maailmassa: tavarat pitää hankkia, varastoida, pakata ja toimittaa ehjänä asiakkaalle ja niistä osa palautetaan takaisin. Jokaisessa vaiheessa syntyy kustannuksia, joihin voi vaikuttaa suunnittelemalla oman verkkokaupan logistiikka kannattavaksi jo toiminnan alkuvaiheessa.

Vuonna 2012 tehdyn liikenne- ja viestintäministeriön selvityksen mukaan suurten suomalaisten teollisuuden ja kaupan alan yritysten kilpailukyvyistä lähes puolet syntyy logistiikasta.

Logistiikan suunnittelu lähtee liikkeelle näistä lähtökohdista:

1. Mitä aiot myydä – ja miten pakkaat myymäsi tuotteet?

Koska logistiikkakustannukset heijastuvat suoraan tuotteen myyntihintaan, tuotteet voivat luoda kilpailuetua, esim. jos suuret tuotteet voidaan fyysisesti pakata tehokkaasti pieneen tilaan ja jopa toimittaa osissa useammassa paketissa.

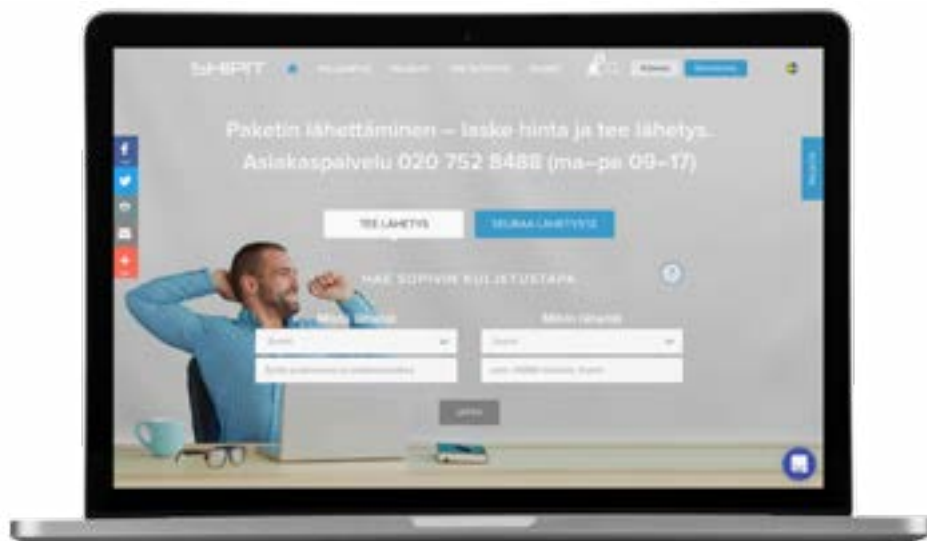
2. Missä on kohdemarkkinasi?

Jos myyt ulkomaille, tarvitset kansainvälisiin lähetyksiin soveltuvaa kuljetuspalvelua, joissa pitää huomioida noutopisteiden kattavuus tai ovelle kuljetusten varmuus. Kotimaassa ja EU-alueella ei ole tullia, eli paketin lähettäminen Tampereelle ja Pariisiin on yhtä helppoa. Jos taas myyt EU:n ulkopuolelle selvitä myös tulli- ja muut kustannukset sekä mahdolliset rajoitteet. Huomioi myös että ulkomaisilla asiakkailla on erilaisia mieltymyksiä, esimerkiksi tuoreen tutkimuksen mukaan 89 % Tanskalaisista haluaa itse vaikuttaa siihen millä toimitustavalla lähetykset heille kuljetetaan. Lisäksi on tärkeä huomioida, että jos myynti ylittää maakohtaisen alvimäärän esim 35k € vuodessa, niin yrityksesi tulee alv-rekisteröityä kohde- maassa. Lisää ohjeita ulkomaankaupasta löydät mm. [Shipit-sivustolta*](https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja- Alv).

*<https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja- Alv>

3. Ketkä ovat asiakkaitasi – myytkö yksityishenkilöille vai yrityksille?

Samat palvelut eivät sovi molemmille asiakasryhmille – yksityisasiakkaat arvostavat monipuolisia toimitustapoja ja toimituksen edullisuutta. Yritykset taas pitävät toimitusten luotettavuutta tärkeänä. Jos myyt yrityksille tai käytät jälleenmyyjää varmuuden merkitys korostuu sekä lähettämällä tavaraa isommissa erissä säästät logistiikkakustannuksissa ja [markkinoinnissa](#)*.




Myytpä sitten Tampereelle tai Taiwaniin, niin [Shipit-sivustolta](#) osoitteesta shipit.fi löydät hyviä vinkkejä logistiikkaan.

Tässä oppaassa kerromme verkkokaupan logistiikan ratkaisuista, miten pystyt tarjoamaan tuotteesi edullisesti sekä varmistamaan toimituksen luotettavuuden. Lisäksi saat vinkkejä ekologisesti kestävien ratkaisujen valitsemiseen.

* <https://www.mycashflow.fi/blog/category/verkkokaupan-markkinointi/>

Logistiikan merkitys verkkokaupassa - käytännön ohjeita onnistumiseen	2
1. LOGISTIIKKA ON VERKKOKAUPAN TÄRKEÄ MENESTYSTEKIJÄ	9
2. VERKKOKAUPAN LOGISTIIKKARATKAISUT	10
Erilaiset kuljetusmuodot	10
Kirjeposti ja pikkupaketit	11
Kuriirit	11
Toimitukset ovelle	11
3. KULJETUSTEN VAIKUTUS ASIAKASKOKEMUKSEEN	13
Toimitusvaihtoehtojen monipuolisuus	13
9 vinkkiä toimitustapojen organisointiin	15
Toimitusnopeus	17
4. TOIMITUSTEN HINNOITTELU	20
Ilmainen toimitus	20
Kiinteä hinta	21
Muuttuva hinta	21
Mallien yhdistelmä	21
Huomioi nämä hinnoittelussa!	22
Yllättävän korkeat toimituskulut, lisämaksut ja tullit	23
5. PAKKAAMINEN JA LÄHETTÄMINEN	25
Ylimääräisten kulujen välttäminen oikean pakkauksen avulla	26
Pahvilaatikot	26
Kirjekuoret	27
Lavat	27
Pakkaamisen muistilista	27
Pakkaaminen markkinointityökaluna	30
6. PALAUTUKSET	33
Selkeät tiedot palautusehdoista helpottavat ostopäätöstä	35
Palautusten määrän vähentäminen	36
Anna tarpeeksi tietoa tuotteista	36
Palautuksen kustannukset asiakkaalle	36
Ilmainen vai maksullinen palautus?	37
Palautusten käsittely	38
Mihin palautettavat tuotteet kannattaa lähettää?	38
Palautettujen tuotteiden jatkokäsittely	39
Palautuksista oppiminen ja parantaminen	39

7. KULJETUSPALVELUISTA REKLAMOIMINEN	41
8. ULKOMAANKAUPPA	44
Tavaran tuonnin toimitusehtojen sovittaminen Incoterms-lausekkeiden avulla	45
Tuonti	46
Tullihinnat	47
Tullialennukset	49
Yleisvakuuslupa ja pakollinen EORI-numero	50
Tuonnin tulli-ilmoituksen antaminen	50
Kun myyt ulkomaille	51
Arvonlisäveron määräytyminen	51
EU-myynti kuluttajille	52
Lahjat, palautukset ja reklamaatiot	51
Tullin asiakkaaksi rekisteröityminen	52
9. TAVARAN HANKINTA JA VARASTOINTI	54
Varastointi ja sisälogistiikka	55
Mikä varastointimalli sopii tarpeisiisi?	56
Oma varasto tai vuokrattu varastotila	56
Myymäla ja verkkokauppa	56
Ulkoistettu varastointipalvelut	56
Suoratoimitukset (drop-shipping)	57
Varastoinnin hallinnan merkitys kasvuun valmistautumisessa	57
Varastointitekniikat, joilla säästät	58
Määrittele minimimäärät	58
Noudata "Ensin sisään, ensin ulos" -periaatetta	58
Viestintä toimittajien kanssa	58
Varaudu ongelmatilanteisiin	59
Varaston tarkastus	59
Laskeminen vuorotellen	60
ABC-analyysi	60
Tarkka ennustaminen	60
10. KIELLETYT JA RAJOITETUT TUOTTEET SEKÄ VAARALLISET AINEET	62
Kielletyt tuotteet	62
Muita rajoituksia	62
Vaaralliset aineet	63
Litiumakut	64
11. VALITSE VERKKOKAUPPA-ALUSTA, JOKA TUKEE LOGISTIIKKA	66

A large container ship is shown from a low angle, sailing on the water. The ship's deck is filled with stacks of colorful shipping containers. The ship's hull is dark blue, and the words "NEW YORK" and "PANAMA" are visible on its side. The background shows a hazy sky and distant land. A semi-transparent blue overlay covers the lower half of the image, containing white text.

**Tehokkaasti toimiva
logistiikka parantaa
kannattavuutta.**

1. Logistiikka on verkkokaupan tärkeä menestystekijä

Hyvin järjestetyt toimitukset, kuten kotiintoitituksen täsmällisyys, asiakasviestintä sekä noutopisteen sujuvuus ovat suoraan asiakkaalle näkyvää palvelua, joka vaikuttaa asiakkaan mielikuvaan verkkokaupasta, vaikka ne olisivatkin eri toimijoiden tuottamia palveluita.

Verkkokaupassa jokaisen osan tulee pelata yhteen - siitä syntyy yhtenäinen asiakaskokemus.

Tehokkaat logistiset prosessit parantavat kannattavuutta, heijastuvat asiakaskokemukseen ja vauhdittavat verkkokauppiasi menestystä. Logistiikan merkitys verkkokaupan toiminnassa ei rajoitu pelkästään asiakaskokemukseen, vaan se on äärimmäisen tärkeä kilpailukeino. Toimitusvarmuus on vain yksi tekijä, jonka takia asiakkaat haluavat palata kauppaasi aina uudestaan. Muita verkkokaupan logistiikkaan liittyviä päätöksiä ovat esimerkiksi, mistä hankit myymäsi tavarat ja miten varastoit ne. Ne heijastuvat tuotteittesi hintoihin, saatavuuteen ja kauppiasi menestymiseen.

Jokaiseen lähetykseen liittyy useita tiedonkeruu- ja työvaiheita. **Lähetyksen sisältö on kerättävä varastossa ja pakattava, osoitekirja tulostettava oikeilla tiedoilla ja valmis lähetys on toimitettava oikeaan osoitteeseen tai noutopisteeseen.** Jotta nämä kaikki vaiheet sujuvat mahdollisimman nopeasti, on äärimmäisen tärkeää, että tilauksen tiedot kulkevat ongelmattomasti verkkokaupan ja muiden toimitukseen osallistuvaan yksiköiden välillä.

2. Verkkokaupan toimitustavat

Toimitusvaihtoehtoja ovat mm. kirjeposti, pikkupaketti, noutopisteet, pakettiautomaatit sekä kuriiripalvelut.

Toimitustapojen järjestäminen on monille, erityisesti aloitteleville kauppiaille kompastuskivi. Suomessa toimii lukuisia kuljetusyhtiöitä ja jos haluat laajentaa toiminta ulkomaille, käytettävien kuljetusyhtiöiden määrä kasvaa huomattavasti. Erot yhtiöiden välillä voivat olla suuria ja hinnoittelumalleja ei aina pysty vertailemaan helposti.

Onneksi monipuolisen toimitustapavalikoiman luomisen ei tarvitse enää olla työlästä. Nykyään markkinoilla toimivat myös logistiikkapalvelut, jotka mahdollistavat monien kuljetusyhtiöiden palveluiden tarjoamisen yhdellä sopimuksella, ja niin ne sopivat mainiosti monien kauppojen käyttöön. Myös perinteisten toimitusmuotojen lisäksi, kuten kirje- ja pakettitoimitukset Postiin tai kotiovelle, on tullut uusia vaihtoehtoja, esimerkiksi toimitukset noutopisteisiin tai automaatteihin.

Tässä kappaleessa kerromme eri kuljetusmuodoista sekä mihin kannattaa kiinnittää huomiota verkkokauppa-alustaa valitessa logistiikan näkökulmasta.

Erilaiset kuljetusmuodot

Lähetykset voit toimittaa eri tavoilla. Suomessa yleisimpiä kuljetusmuotoja ovat kirjeposti, pikkupaketit, noutopisteet, pakettiautomaatit sekä kuriiri- ja rahtipalvelut.

Noutopisteet ja pakettiautomaatit

Suomessa toimii muutama kuljetusyhtiö, joilla on omat noutopisteverkostonsa. Verkostoihin voivat kuulua sekä palvelupisteet että automaatit. Palvelupisteinä yleensä toimivat kuljetusyhtiöiden omat toimipisteet, kaupat ja kioskit. Näiden etu on pitkät aukioloajat (monet ovat avoinna arkipäivisin myöhään iltaan, usein myös sunnuntaisin) sekä hyvä saatavuus. Myös syrjäseuduilla on todennäköistä, että ainakin yhden verkoston palvelupiste on vastaanottajan lähellä.

Kirjeposti ja pikkupaketit

Pienten ja kevyiden tuotteiden lähettämiseen soveltuva kuljetusmuoto. Tavalliset kirjeet eivät yleensä sisällä lähetystunnusta, joten niiden kulkua ei voi seurata lähetysten seurannassa. Kun lähetät arvokasta pientavaraa, kannattaa käyttää kirjattua kirjettä, jolloin saat kuittauksen lähetyksen postittamisesta, pystyt seuraamaan kirjeen kulkua sekä saat kuittauksen sen vastaanottamisesta. Nykyisin Postin palveluista löytyy myös normaaleja pienpakettipalveluita, joihin kuuluu seuranta.

Kuriirit

Pikakuljetuspalvelua tarjoavat yhtiöt, jotka toimittavat lähetyksiä nopeammin kuin perinteiset pakettipalvelut. Lähetykset sisältävät useimmiten täyden seurannan vastaanottajalle ja ne kuljetetaan pääsääntöisesti asiakkaan ovelle. Kuriiripalvelut ovat myös muuttumassa ja vastaanottajalle annetaan suurempi vaikutusmahdollisuus toimituksen viimeistelyyn. Kuriireja suositaan, kun tilaukset halutaan nopeasti ovelle tai kun lähetys on arvokas.

Tietyillä alueilla on saatavilla myös jakelupalvelua saman päivän aikana. Kuriiripalvelut ovat pääsääntöisesti aikataulutettuja.

Toimitukset ovelle

Tämä kuljetusmuoto sopii erityisesti kiireisille tai arvokkaille lähetyksille, kun lähetysten vastaanottaminen pitää kuitata. Toimitus ovelle tilataan myös suurille ja painaville tavaroille, joiden kuljettaminen omassa ajoneuvossa on hankalaa.

Rahdinkuljetus

Tavaroiden tuontia tai suurempien erien myyntiä varten tarvitaan usein rahtikuljetuksia. Tavaroiden toimittamiseen käytetään maa-, meri- ja lentokuljetusta. Yleensä tavarat toimitetaan junilla, kuorma-autoilla, lentokoneilla, laivoilla tai yhdistelmäkuljetuksilla.

An aerial photograph of a port area with a city skyline in the background. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The port features several large cranes and a ship docked. The city skyline includes several tall buildings. The text is centered in the middle of the image.

**Sujuva logistiikka
luontaisena osana
asiakaspalvelua.**

3. Logistiikan vaikutus asiakaskokemukseen

Toimitusvaihtoehtojen monipuolisuus

Anna asiakkaan määritellä itse, minne hän tilauksensa haluaa toimitettavan, niin säästät aikaa ja vaivaa.

Monipuoliset vaihtoehdot parantavat konversiota ja on tärkeä etu, jolla voit estää ostoskoriin hylkäämistä. **Asiakkaat arvostavat mahdollisuutta valita heille sopiva noutopiste ja jakelutapa, erityisesti harvaan asutuilla alueilla, jossa yhden jakelijan noutopiste voi olla kaukana ja toisen lähellä. Kuljetusvaihtoehtojen monipuolisuus on jopa tärkeämpää asiakkaille kuin maksuvaihtoehtojen runsaus Postnordin mukaan.** Mahdollista toimitus myös eri osoitteeseen kuin laskutusosoitteeseen, sillä asiakas voi haluta toimituksen esimerkiksi työpaikalleen. Suurin osa asiakkaista ei halua odottaa tilaustaan kotona. Näin vähennät myös omaa työmäärääsi, sillä asiakas tietää itse parhaiten, millä toimitustavalla tai mihin noutopisteeseen toimituksen haluaa.

Kun organisoit toimitusvaihtoehtoja kaupalle, ota huomioon omat asiakasryhmäsi ja heidän erilaiset tarpeensa. Tutustu, mitä ominaisuuksia yksityis- ja yritysasiakkaat arvostavat toimitusvaihtoehtoissa.

Asiakasryhmät arvostavat eri asioita:

Yritysasiakkaat

- toimitusvaihtoehtojen monipuolisuus
- toimitusten nopeus
- noutopisteen läheisyys
- kuljetuksien edullisuus
- toimitusten luotettavuus
- nopeus
- matalat kustannukset

Yksityisasiakkaat

- matalat kustannukset
- toimitusten luotettavuus
- nopeus

Taulukko 1. Yksityisasiakkaat ja yritysasiakkaat arvostavat erilaisia asioita logistiikassa.

Älä rajoita toimituksia yhden kuljetusyhtiön palveluihin

Asiakkaat haluavat vaihtoehtoja myös kuljetusyhtiöiden valinnassa. Ei kannata rajoittaa omaa toimituksia vain yhden kuljetusyhtiön palveluihin – vaikka yhden toimijan käyttäminen olisi helppoa.

“

En tykännyt, että Zalandoilta sai lähetyksen vain Siwaan, koska se oli kaukana.

“

19% asiakkaista haluaisi nähdä enemmän toimitustapoja kassalla.

“

Haluan valita useammasta toimitusvaihtoehdoista, kuten kaupoista tai pakettiautomaatista, kuin päivystää kotona, milloin paketti tulee.

9 vinkkiä toimitustapojen organisointiin

1. Monipuoliset toimitustavat kotimaahan ja käytetyimmät kuljetuspalvelut

Suomessa käytetyimmät pakettipalvelut ovat Postin, Matkahuollon ja DB Schenkerin pakettipalvelut. Lähetykset toimitetaan noutopisteisiin ja pakettiautomaatteihin, postiluukkuun, yritys- tai kotiintoitimuksena. Lähetysten voi hyvin tilata suoraan työpaikallekin.

2. Noutopisteet tai toimitustavan valitseminen kassalla

Verkkokaupan lisäosan avulla asiakkaalle on helppoa tarjota mahdollisuus valita eri toimitusvaihtoehtoja maksuvaiheessa. Säästät aikaa ja vaivaa, kun annat asiakkaan päättää mihin hänen lähetyksensä toimitetaan. Postnordin verkkokauppatutkimuksen mukaan 19 % verkossa asioivista toivoo laajempia toimitusmahdollisuuksia verkkokaupan maksuvaiheessa.

3. Uudet toimitustavat vaivatta

Verkkokauppiaan kannattaa ennakoida kaupan laajenemismahdollisuudet jo kaupan perustamisvaiheessa. **Kuljetustarpeet muuttuvat usein toiminnan kehityessä, jolloin yksi integraatio kuljetusyhtiön kanssa ei ehkä täytäkään tarpeitasi tai asiakkaasi haluavat lisää vaihtoehtoja.** Silloin lukuisten integraatioiden ylläpito voi käydä työlääksi, puhumattakaan sopimusten ja laskutuksen seurannasta.

4. Osoitekorttien ja kuljetusasiakirjojen tulostaminen suoraan verkkokaupan hallinnasta

Tulostamalla osoitekortit suoraan verkkokaupasta säästät huomattavasti aikaa-tilausten käsittelyssä ja virheiden mahdollisuus vähenee. Jotkut verkkokauppa-alustat mahdollistavat jopa automaattisen osoitekortin tulostamisen heti, kun tilaus saapuu kauppaan tai osoitekorttien tulostamisen monipakettilähetyksille.

5. Lähetyksen seuranta verkkokaupan viestinnässä

Integraatio voi hakea seurantakoodin kuljetuspalvelulta ja liittää sen suoraan toimitusvahvistukseen. Näin asiakkaalle luodaan yhtenäinen kokemus verkkokaupasta ostamisesta.

6. Kuljetustilauksen tekeminen, EDI ja sähköinen tiedonsiirto

Moni kuljetusyhtiö vaatii jo sähköisen tiedonsiirron lähetyksilleen. Siirtämällä lähetysten tiedot sähköisesti kuljetusyhtiölle, saat tilauksen nopeammin liikkeelle oikeilla tiedoilla. On tärkeää, että EDI-tiedot ovat mahdollisimman kattavat. Esimerkiksi asiakkaalta kannattaa pyytää matkapuhelinnumero, jotta seurantailmoitukset ja kuljettajan soitot tavoittavat asiakkaan hyvin. Myös sähköposti on hyödyllinen tieto ilmoitusten kannalta, vaikka se ei ole pakollinen itse paketin toimitukseen. Puutteellisten yhteystietojen vuoksi paketti voi jäädä toimittamatta, kun ilmoitus ei tavoita asiakasta.

7. Automaattiset saapumisilmoitukset ja seurantatiedot

Kun kuljetustilaus on tehty, vastaanottaja saa ilmoituksen tulevasta lähetyksestä sähköpostitse. Kun lähetys on noudettavissa, vastaanottajalle tulee ilmoitus tekstiviestillä (ja mahdollisesti sähköpostilla) ja hän voi seurata lähetyksen matkaa perille kuljetusliikkeen järjestelmässä viestin mukana tulleen linkin avulla.

8. Lähetysten seuranta

Lähetyksen seuranta on tärkeää ja lisää luottamusta verkkokauppaan, jos asiakas voi seurata, missä pakettinsa on tulossa. Lähetyksen seurantamahdollisuus on myös osa verkkokauppaasi asiakaspalvelua.

9. Viestintä ja asiakaspalvelu

Hyvällä viestinnällä voit rakentaa luottamusta verkkokaupan toimituksiin. Asiakkaat haluavat tietää, missä vaiheessa heidän tilauksensa on, minne ja milloin se saapuu perille. Jo tilausvahvistuksessa kannattaa kertoa, että toimitusvahvistus lähetetään erikseen ja mahdollisesti toimitusaikataulusta. Lähetyksen seuranta helpottaa arkea huomattavasti ja poistavat paljon turhia kyselyitä, jolloin säästät itse aikaa.

Viestinnän merkitys korostuu kotiin toimituksissa, joissa tärkeää on valita toimitustapa, miten vastaanottajaan ollaan yhteydessä toimituksen sopimiseksi ja ongelmatilanteissa. Asiakasta ei saa jättää odottamaan vastausta ongelmatilanteissa. Anna asiakkaallesi tietoa, miten eri toimitustavat toimivat. Asiakas voi odottaa soittoa ennen kuin kuljetusyhtiö käy oven takana, mutta express-kuljetusten palveluun ei yleensä kuulu soittoa ensimmäisellä jakelukerralla.

“Sain vain yhden viestin, että paketti on koottavana. Käytin seurantanumeroa ja kolme päivää myöhemmin seurantatiedoissa oli edelleen, että paketti on koottavana. (valmistus.) En saanut edes ilmoitusta, kun paketti vihdoinkin toimitettiin noutopisteeseen. En aio ostaa siitä kaupasta uudelleen.”

Toimitusnopeus

Toimitusten nopeus lisää luottamusta verkkokauppaasi.

Toimitusten nopeasti perille saaminen heijastuu verkkokauppaasi toimintaan. Jos saat lähetykset pakattua ja liikkeelle systemaattisesti, niin voit kertoa asiakkaillesi esimerkiksi, että ennen klo 15 tehdyt tilaukset lähtevät samana päivänä, mikä nostaa asiakastyytyväisyyttä ja luottamusta yritystä kohtaan. Toimitusten hitaus on yksi yleisimmistä negatiivisia tunteita herättävistä syistä asiakkaissa.

UPS:n tutkimuksen mukaan kuluttajat ovat valmiita maksamaan nopeammasta toimituksesta mm. seuraavissa tapauksissa:

- Henkilö tarvitsee tuotteen esim. lomalle tai tiettyä tapahtumaa varten
- Toimituksen tulee saapua tietyssä aikataulussa, jotta se ehtii lahjaksi ystävälle
- Asiakas tilaa viime tingassa ja tuote on saatava nopeasti
- Asiakas tilaa tuotteen, jonka viimeinen käyttöpäivä menee umpeen
- Ostoskori on arvollisesti suurempi

Asiakkaat arvostavat toimitusten nopeutta ja seurantaa

“

Sain tilatessa tiedon, että paketti lähti Italiasta. Oli jännittävää seurata, miten paketti tuli Euroopan halki seitsemän maan kautta ja päättyi Ouluun vuorokaudessa, mikä oli käsittämättömän hieno suoritus!

“

Kun olen tarvinnut jotain nopeasti, niin olen saanut alle 24 tunnissa sen ihan kotiovelle asti. Siitä tietysti joutuu pikkaisen maksamaan, mutta on todella nopeaa ja luotettavaa toimintaa.

Osalle taas toimitusten nopeudella ei ole suurta merkitystä

“

Hyvää fiilistä lisää, jos tuodaan nopeasti, mutta toki jos tuote tulee Kiinasta tai Japanista, niin on ymmärrettävää, että siinä menee kuukausi.

“

Nopeus on positiivista, mutta jos toimitus kestää pidempään, niin sillä ei ole merkitystä. Minulle ei yleensä ole kiire niiden kanssa.



**Toimituskulujen
hinnoittelu
osana strategiaa.**

4. Toimitusten hinnoittelu

Edullinen hinta tuo asiakkaan verkkokauppaan.

Halvempaa hintaa pidetään yleisesti yhtenä verkkokaupan kilpailuetuna. Kuitenkin toimitustavat ja niihin liittyvät kulut voivat vaikuttaa merkittävästi asiakkaan ostopäätökseen. Suhteettoman suuret toimituskulut voivat yllättää tilaustaan tekevän asiakkaan ja saada hänet jättämään tilauksen kesken.

Toimituskulujen hinnoittelu kannattaa miettiä tarkasti.

Hinnoittelussa on seuraavia malleja:

- Ilmainen toimitus
- Kiinteä hinta
- Muuttuva hinta ostoskorin suuruuden tai tuotteiden painon perusteella
- Eri mallien yhdistelmä

Jokaisella yllä olevista malleista on omat hyvät puolensa. Se, mikä niistä kannattaa valita, riippuu tuotteista, joita verkkokauppaasi myy.

Ilmainen toimitus

Ilmainen toimitus on menettänyt viime vuosina tehoaan, mutta se on silti vielä ensimmäisiä asioita, joihin kuluttajat suuntaavat huomionsa ja yksi tehokkaimmista verkkokaupan myynnin edistäjistä. Vaikka se on halvempien, pienikatteisten tuotteiden osalta usein mahdotonta, sillä voi parantaa hintavampien tuotteiden menekkiä huomattavasti.

**Ilmaista toimitusta ei kannata tarjota heti aluksi, vaan käyttää sitä kannustime-
na saada asiakas lisäämään tuotteita ostoskoriin ja suurentamaan ostoskorien
arvoa.** Isommat ostoskorit heijastuvat suoraan kaupan kannattavuuteen. Tämä parantaa myynnin lisäksi myös varaston kiertonopeutta. Lisäksi se edistää osaltaan myös markkinointia, sillä usein asiakas kerää tuttavapiiristään suuremman porukan, joka tilaa tuotteita yhdessä.

UPS:n tutkimuksen mukaan jopa 94 prosenttia verkkokauppojen asiakkaista on reagoinut saadakseen ilmaisen kuljetuksen. 74 prosenttia arvostaa ilmaista kuljetusmahdollisuutta verkkokaupan kassalla.

Monet asiakkaat ovat kuitenkin valmiita maksamaan saadakseen tilauksensa nopeasti, joten ilmaisen kuljetuksen lisäksi kannattaa tarjota maksulliset, nopeammat toimitustavat. Sellainen toimitusten yhdistelmä auttaa nostamaan konversiota.

Kiinteä hinta

Tämä hinnoittelumalli kannattaa erityisesti, jos myyt samanlaisia tuotteita, esim. T-paidat. Kiinteät hinnat voivat olla aina samat tai riippua tilausten painosta tai arvosta. Kun olet määrittelemässä kiinteitä hintoja, niin ota huomioon kuljetusyhtiöiden sopimusehdot. Jotkut kuljetusyhtiöt tarjoavat kiinteät hinnat mm. tilauksille, jotka mahtuvat heidän pakkauslaatikkoihinsa painosta riippumatta.

Muuttuva hinta

Voit myös määritellä hinnat painon tai määrän perusteella. Jos myyt paljon erilaisia tuotteita, joiden koot ja painot vaihtelevat, sekä asiakkaat voivat tilata monta tuotetta samassa tilauksessa, sinun kannattaa ottaa käyttöön malli, jossa toimituskulut riippuvat ostoskorin sisällön mukaan.

Mallien yhdistelmä

Monet verkkokaupat yhdistävät eri toimituskulujen hinnoittelumalleja, esim.:

- Ilmainen toimitus tilauksille, joiden arvo ylittää 75 € ja kiinteä hinta 10 € muille tilauksille
- Ilmainen toimitus tilauksille, joiden arvo ylittää 75 € ja muuttuva hinta muille tilauksille
- Kiinteä hinta 10 € tilauksille, joiden arvo ylittää 75 € ja muuttuva hinta muille tilauksille
- Esittele toimituskulut asiakkaille mahdollisimman selkeästi ja mahdollisimman aikaisessa tilausvaiheessa.

Huomioi nämä hinnoittelussa!

Asiakkaan tehdessä tilausta on tärkeää, että toimitusvaihtoehdot ja -kulut esitetään hyvissä ajoin, mielellään jo ennen kassalle saapumista. Jos asiakas yllätetään korkeilla toimitusmaksuilla vasta tilauksen vahvistamisen yhteydessä, hän voi muuttaa mieltään. Silloin myös ostamisesta voi jäädä negatiivinen kokemus ja kynnys palata verkkokauppaan ostoksille kasvaa. Usein ostoskorit hylätään sen jälkeen, kun toimituskulut on näytetty asiakkaalle. Toimituskulujen hinnoittelu voi kuitenkin olla hankalaa, eikä tarkkoja toimituskuluja usein voida ilmoittaa asiakkaalle ennen kuin tiedetään tilauksen kokonaissisältö. Asiakkaalle kannattaa kuitenkin antaa mahdollisuus tutustua eri toimitusvaihtoehtojen ominaisuuksiin ja hintoihin ennen tilauksen tekoa.

Toimituskulujen tarkka arviointi ennalta on usein mahdotonta, sillä kustannuksiin vaikuttavat myös kuljetusyhtiöiden lukuisat lisät eri tilanteissa. Jo se auttaa hahmottamaan kustannuksia, jos otat tavaksi käydä läpi kuljetusyhtiön laskuja ja katsoa mitä todelliset kustannukset olivat eri lähetyksille. Jos käytössä on muutamia pakkauskokoja ja suhteellisen yhtenäinen lähetysprofiili, niin melko tarkan hinnaston laatiminen on helppoa. Lisäksi kun seuraat laskutettuja ja maksettuja toimituskuluja, niin saat hyvän käsityksen pitääkö kustannuksia nostaa vai onko niitä varaa laskea. Huomioi myös kuljetusyhtiöiden lisät eri tilanteissa, esim. hinnoittelu tilavuuden perusteella, polttoainelisiä, rikkilisiä, jakelu yksityishenkilölle, hukkakäynnit, virheelliset tai puuttuvat lähetystiedot, kaukoaluelisät, tietullit, suuren tavarantalteen yms. "Pakettisi on noudettavissa" ilmoituksen vieminen paperilla vastaanottajalle on useilla lähetyspalveluilla maksullinen lisäpalvelu.

Kun arvioit toimituskuluja, Shipitin lähetyslaskurin avulla lasket hinnat kaikkialle. Kuljetusyhtiöillä on myös käytettävissä asiakaskohtaisia excel-taulukkoja, joihin on tallennettu sopimuskauden hintoja.

Klikkaa tästä Shipitin lähetyslaskuriin

*<https://www.shipit.fi/tee-lahetys>

Yllättävän korkeat toimituskulut, lisämaksut ja tullit

Baymardin tutkimuksen mukaan kaksi kolmesta ostoskorista hylätään ja yleisin syy siihen on yllättävän korkeat toimituskulut ja lisämaksut. Niistä kannattaa kertoa asiakkaille mahdollisimman aikaisin ja selkeällä tavalla.

Jos myyt EU:n ulkopuolelle, voit myös luoda verkkokaupastasi erillisen version, jossa näytät hinnat verottomina. Jos tuotevalikoimasi on pieni, niin tarkista asiakkaasi puolesta etukäteen, mitkä ovat tuotteesi tullikoodit. Niiden avulla voit helpommin selvittää paikalliset tullit – yleensä pienellä selvityksellä saat ne selville maakohtaisesti helposti. Vaihtoehtoisesti riittää myös selkeä ilmoitus asiakkaalle, että mahdollisista huolintakuluista, tulleista ja alveista huolehtiminen jää hänen kontolleen. Se tarkoittaa sitä että lähetyksen hintaan lisätään vastaanottomaan tullit ja alvit sekä mahdollinen huolintakulu, mikäli tilaaja on EU:n ulkopuolelta.


Osa kauppiaista käyttää myös toimitusehtona DDP-lauseketta sekä toimitustapana sellaista kuljetusyritystä, josta vastaanottajamaan kulut saadaan käännettyä takaisin lähettäjälle.

Kun hankitaan tavaraa myytäväksi omaan kauppaan, liian usein valinta tehdään tuotteen hinnan perusteella miettimättä niiden kuljetus- ja varastointikustannuksia. Mutta jos tuottaja, jolla on edullisimmat hinnat, sijaitsee Kiinassa, tavarahan hinnan päälle tulee tullit sekä kuljetus- ja vientiselvityskustannukset. Silloin voi käydä ilmi, että kannattaa tilata eurooppalaiselta toimittajalta, jolla on korkeammat hinnat. Kappaleessa Ulkomaankauppa kerromme yksityiskohtaisemmin, miten otat selvää kaikki tavaroiden hankintaan liittyvät kustannukset, jotta voit tehdä oikeat valinnat ja tarjota asiakkaillesi edulliset hinnat.

- Tuotteen hintaan saattaa tulla tullimaksuja, joiden laskeminen itse on hankalaa.”

Klikkaa tästä DDP-lausekkeeseen

* <https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja-alv/incoterms>

A photograph of a worker in a blue and red jacket pushing a hand truck with a large cardboard box on a sidewalk. The background shows a storefront with signs for 'FUS', 'design - build', 'furniture - decor', and 'GR'. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

**Pakkaamalla
hyvin säästät
kustannuksissa.**

5. Pakkaaminen ja lähettäminen

Pakkaamalla toimitukset oikein, pystyt tarjoamaan asiakkaille edullisemmän toimitushinnan.

Verkkokauppiaina kannat vastuun tuotteen kuljetuksen aikana. Tuotteen ka-toamis- ja rikkoutumistapauksissa et voi myöskään ohjata asiakkaitasi tavarantoimittajalle tai valmistajalle esimerkiksi takuuhuoltotilanteissa. Pakkaamalla tuotteet huolellisesti voit osaltasi varmistaa, että lähetys saapuu perille turvallisesti ja ajallaan. Pakkaustavan valinnalla voit myös vaikuttaa kuljetuksen hintaan – usein edullisin palvelu pienille lähetyksille on rahdin painoon perustuva. Pakkaamalla toimitukset oikein, pystyt tarjoamaan asiakkaille edullisemmän toimitushinnan.

Hyvin suunniteltu pakkaus

- suojelee tuotteita rikkoutumiselta,
- on käytettävissä myös palautuksia varten,
- helpottaa ja nopeuttaa pakkaamista, esim. teipilliset, helposti suljettavat pakkauslaatikot.
- ehkäisee varkauksia,
- on luontoystävällinen,
- lisää positiivista ostokokemusta.

Pakkaamalla lähetykset huolellisesti varmistat, että ne saapuvat ehjänä perille ja ajoissa. Pakkauksella on myös vaikutus siihen, miten asiakkaat suhtautuvat toimitettuihin tuotteisiin – jos paketti toimitetaan hyvässä kunnossa ja siistinä, asiakkaat olettavat, että myös sen sisältö on laadukasta. Ja toisin päin – huonosti pakatut tuotteet voivat vaurioitua matkalla tai jopa kadota kokonaan, lähetys saatetaan pysäyttää kuljetusyhtiön toimesta ja tämä palautetaan lähettäjälle.

Tässä kappaleessa kerrotaan, miten pakkaat lähetyksesi, jotta ne täyttävät yllä mainitut ominaisuudet.

Ylimääräisten kulujen välttäminen oikean pakkauksen avulla

Eri lähetysmuodoilla voit säästää. Pakkaustavan valinta riippuu, mistä ja minne lähetät sekä paljonko lähetät. Voit lähettää tavaraa pikkupakettina, lavana, monipakettilähettyksenä tai suurena pakettina. Tutustu alla oleviin vinkkeihimme, mitkä vaihtoehdot sopivat sinulle parhaiten.

Pahvilaatikat

Pahvilaatikat ovat kevyitä ja kierrätettäviä. Laatikat poikkeavat toisistaan kooltaan sekä sopivuudeltaan palautuksiin ja painavien tuotteiden kuljettamiseen.

Lähetysten koosta riippuen voit hyödyntää:

- kirjepostina meneviä laatikoita,
- lavoihin sopiviksi mitoitettuja lavalaatikoita, jotta lava saadaan pakattua ja mahdutettua rahtiin optimaalisesti,
- lavakontteja – suurlaatikoita lavoille tai puolilavoille,
- säädettäviä aaltopahvilaatikoita, joiden korkeutta voi muuttaa sekä samalla laatikolla voi toimittaa erikokoisia lähetyksiä.

Jos lähetät raskaita tai erityissuojausta/parempaa suojaa vaativia tavaroita voit käyttää:

- tuplavahvoja aaltopahvilaatikoita, jotka ovat normaalia aaltopahvilaatikkaa tukevampia,
- Korrvu Lok -kalvopakkauksia, jossa ulko-osa on pahvia ja sisäosaa suojaaa polyuretaanikalvo, jotta tuote pysyy tukevasti paikoillaan,
- iiskuavaimentavia laatikoita vaahtomuovitäytteellä, jotka soveltuvat hauraiden tuotteiden kuljetukseen.

Osa laatikoista on suljettavissa teipillä sekä niissä voi olla avaamista helpottava repäisynauha. Jotkut laatikot ovat myös uudelleensuljettavia ja soveltuvat hyvin palautuksiin.

Kirjekuoret

Soveltuvat hyvin pienten ja liitteiden tuotteiden kuljettamiseen.

Saatavilla ovat mm.:

- kirjepussit kestävästä voimapaperista,
- kuplapussit, joista kuplamuovi voidaan irrottaa pussista kuoriosan kierrätystä varten,
- kartonkikuoret tukevasta kartongista, joissa postitettava materiaali ei taitu,
- muovipussit (eng. poly mailer bag), joiden koko sopeutuu sisällön kokoon ja ne soveltuvat myös palautuksiin.

Monilla kirjekuorilla on tarrasuljenta, myös uudelleensuljettavia kirjekuoria on saatavilla mm. [Shipit-sivustojen kautta](#).*

Lavat

Soveltuvat erityisesti raskaiden ja isokokoisin tuotteiden kuljettamiseen. Kuormalavojen käyttö mahdollistaa myös tavaroiden tehokkaan käsittelyn varastossa.

Suosituimmat lavamallit ovat:

- eurolavat (mitat 800 x 1200 mm),
- FIN-lavat (mitat 1000 x 1200 mm),
- teholavat (600 x 800 mm).

Lavalähetyksissä lähetyksen muoto on huomioitava – jos lähetyksen päälle ei pysty lastaamaan, se voi aiheuttaa lisäkustannuksia.

Pakkaamisen muistilista

Pakkaaminen on yksi tärkeimmistä asioista, jotka voit tehdä varmistaaksesi lähetysten ehjänä säilymisen ja sitä käsittelevien henkilöiden turvallisuuden. Väärin pakattu lähetys saattaa aiheuttaa vahinkoa ihmisille, muille lähetyksille, eikä tuote ehkä kestä kuljetuksen aikana syntyvää rasitusta. Huono pakkaus saattaa aiheuttaa toimitusviiveitä sekä lisäkustannuksia. Lähetys voidaan myös pysäyttää kokonaan, jolloin se palautetaan lähettäjälle.

* <https://kauppa.shipit.fi/>

Muista tilauksia pakettiin pakatessa seuraavat asiat:

- **Kiinnitä osoitekortti huolellisesti.** Sen irtoaminen viivästyttää lähetyksen toimitusta tai voi jopa aiheuttaa sen katoamisen. Viivakoodin pitää olla kokonaan näkyvässä. Se ei saa taittua laatikon reunan yli tai vaikeuttaa pakkauksen avaamista.
- Jos lähetys koostuu monista osista, **kiinnitä osoitekortti jokaiseen osaan.** Jos useampi yhteen teipattu tai sidottu lähetys lähetetään yhdellä osoitekortilla ja osat irtoavat toisistaan kuljetuksessa, kuljettajan vastuu rajoittuu yleensä siihen lähetyksen osaan, johon osoitekortti on kiinnitetty.
- **Osoitekortin viivakoodi** skannataan useita kertoja kuljetuksen eri vaiheissa. Varmista, että viivakoodi on suorassa eikä peity esimerkiksi teipin tai kelmun alle.
- **Valitse aina oikeanlainen pakkaus.** Muista, että käytetyt pahvilaatikat menettävät kestäväytensä. Varmista, että pakkausmateriaali on tukevaa ja se on hyvässä kunnossa.
- **Pyri pakkaamaan laatikko aina täyteen.** Lisää tarvittaessa pehmustetta, jotta tuote ei pääse liikkumaan.
- **Terävät esineet on hyvää pakata erityisesti huolellisesti.** Lähetyksen sisältö ei saa missään tapauksessa läpäistä pakkausta.
- **Sulje pakkaus huolellisesti teipillä.** H-mallinen teippaus on paras vaihtoehto.
- Jos käytät vanhaa pakkausta, muista poistaa vanhat tarrat ja merkinnät, varsinkin vanhat vaarallisten aineiden merkinnät.
- **Painavilla paketeilla on omat vaatimuksensa.** Yli 70 kg tulee aina olla lavalla, Postin paketit täytyy pakata lavalle jo 35 kg lähtien. Muista myös liimata yli 23 kg paketteihin HEAVY-tarra.
- Jos mahdollista, **käytä uudelleen suljettavaa pakkausta,** jossa tuotteet voisi ongelmattomasti palauttaa ehjänä. Sillä tavalla säästät asiakkaidesi aikaa ja vaivaa sekä samalla rakennat oman brandin ympäristöystävällisenä yrityksenä.

Lähetessäsi paketit lavoilla muista myös, että:

- **Lavat pitää lastaa tiukasti ja tiiviisti.** Pakkaa lavat tasaisesti, jos mahdollista niin limittäin.
- **Reunoja ei tulisi ylittää.** Tuotteiden tulisi sijaita kokonaisuudessaan lavalla ilman että reunat ylittyvät. Mikään osa lähetyksestä ei saa roikkua ulkopuolella eikä tulla ulos lavan väleistä. Tuote on vahingoittuvampi mikäli se ylittää lavan reunat.
- **Lavan on hyvä olla päällelastattava.** Tasainen pinta tekee lavasta kestävämmän ja sen päälle on helpompaa lastata muita lähetyksiä. Useat kuljetusyrietykset veloittavat lisämaksua ei päällelastattavista lähetyksistä.
- **Pakkaukset on sidottava huolella pannoilla tai pakkausmuovilla.** Pakkaukset tulee kiinnittää lavaan pannoilla tai pakkausmuovilla. Muista että mitä suurempi on tuotteen massa, sitä parempi kiinnitys. Muoviset pannat eivät riitä pitämään esim. moottoria paikoillaan.
- Lavat lastataan usein toistensa päälle, joten **tarrat ja kuljetusasiakirjat tulee kiinnittää lähetyksen sivuun, ei päälle.** Merkitse myös painopiste, jos se on poikkeuksellinen.

Tarkista kuljettajan omat säännöt välttääksesi lisäkulojen maksamista. Huomioi etenkin, että mikäli lähetyksen paino tai mitat ylittää kyseisen palvelun maksimirajan, on kuljetusyhtiöllä oikeus muuttaa palvelu esimerkiksi rahtipalveluksi.

Usein kuljettajat veloittavat lisää, jos:

- Lähetyksen tiedot (mitat, paino) on täytetty väärin.
- Asiakirjat puuttuvat tai ovat virheellisiä.
- Osoitetiedot ovat vääriä tai puutteellisia, esim. asunto-, rappu- tai postinumero puuttuu.
- Lähetys ohjataan uudelleen toiseen osoitteeseen.
- Jaettavissa ja noudettavissa lähetyksissä asiakkaalle ei ole esteetöntä pääsyä
- Asiakasta ei tavoiteta noudon tai jaon yhteydessä, tai vastaanottaja ei ota pakettia vastaan.
- Paketti on huonosti pakattu ja se aiheuttaa vaurioita muihin lähetyksiin.
- Paketti sisältää vaaralliset ja kielletyt aineet (varioivat kohdemaan mukaan).
- Osoitekortti irtoaa kuljetuksen aikana.
- Vastaanottaja ei nouda lähetystä tietyn ajan sisällä ja lähetys joudutaan varastoida.
- Lähetyksestä on maksettava tullausmaksut ja verot.

Pakkaaminen markkinointityökaluna

Pakkaus voi myös toimia erinomaisena markkinointityökaluna – saa kuluttajat jakamaan kuvia ostoksistaan sosiaalisessa mediassa. Tyytyväiset asiakkaat suosittelvat herkemmin ja jättävät positiivisia arvosteluja, jotka saavat muita tilaamaan tuotteen.

Samalla varmistat, että asiakkaan ensivaikutelma tuotteesta on positiivinen. Jos asiakkaasi saa tilauksensa huolellisesti toimitettuna asiallisessa pakkauksessa, hän olettaa, että myös sen sisältö on laadukas. Tyytyväiset asiakkaat palaavat mieluummin tuttuun kauppaan, joka tuottaa heille hyviä kokemuksia ja suosittelevat sitä omassa tuttavapiirissä. Hienon pakkauksen takia kauppasi suosio kasvaa myös muiden asiakkaiden piirissä, jotka tilaavat lahjoja kaukana asuville ystäville ja perheelle.

Jos et halua kuluttaa resursseja pakkauksiin, voit lisätä tilaukseen käsin kirjoitetun viestin, jossa kiität asiakasta ostoksesta, alennuskupongin tai tuotteiden ilmaisenäytteitä. Ekologinen pakkaus on myös trendikäs.

Lähetystehokkuuden optimointi omassa varastossa

Järjestä varastosi niin, että tuotteita on helppoa löytää ja kerätä. Kannattaa myös määrittää tila, jossa lähetykset pakataan ja jossa säilytetään pakkausmateriaalit (kuoret, laatikot, täytemateriaalit, teipit, muovikalvot).

Jos olet ulkoistanut varastoinnin, hyvin todennäköisesti kumppani tarjoaa myös pakkauspalvelut. Varastopalvelun käytöstä saat parhaan hyödyn, kun verkkokauppaohjelmistosi integroidaan toimimaan automaattisesti yhdessä varastopalvelun järjestelmän kanssa. Verkkokauppaohjelmiston hyödyntäminen voi nopeuttaa myös lähettämistä esimerkiksi osoitekorttien automaattisen tulostamisen avulla.

A woman with long, wavy hair is sitting at a desk, looking down at a credit card she is holding in her right hand. She is wearing a light-colored, long-sleeved top. In front of her is a laptop. To her left, there is a white shopping bag. The background is a blurred office or home workspace with shelves and books. The entire image has a blue tint and a white curved shape at the bottom.

**Selkeät palautusehdot
tukevat ostopäätöstä.**

6. Palautukset

Palautukset ovat olennainen osa verkkokaupan kannattavuutta ja logistiikkaa. Verkkokaupassa asiakas joutuu tekemään ostopäätöksensä kokeilematta tuotetta. Tästä johtuen **asiakkaalla on kuluttajansuojalain mukainen 14 päivän palautusoikeus**. Asiakas voi siis peruuttaa kaupan ilman syytä. Elinkeinonharjoittajan on palautettava summa kokonaisuudessaan kuluttajalle peruutustapauksessa, jollei kuluttaja ole edullisimman toimitustavan lisäksi valinnut erikoisempaa toimitustapaa. Huomioithan että mikäli et ilmoita peruutusoikeudesta ennen ostoa on kuluttajalla jopa [12 kuukauden palautusoikeus tuotteille*](#).

*Kerro verkkokaupassa kuluttajansuojalain mukaisesta 14 päivän palautusoikeudesta, muuten kuluttajalla on jopa 12 kk palautusoikeus tuotteille.

Palautuksen ei tarvitse olla ilmainen prosessi. Mikäli palautus on maksullinen on siitä ilmoitettava kuluttajalle etukäteen, muutoin myyjä joutuu vastaamaan myös palautuskustannuksista. Palautusoikeus muuttuu, jos itse tuote on olennaisesti muuttunut tai vähentynyt, mutta tuotteen ei enää tarvitse olla alkuperäisessä pakkauksessa. Rääätälöidyissä tuotteissa ja pilaantuvissa elintarvikkeissa on erilisiä määräyksiä ja palautusoikeutta ei yleensä ole, reklamaatio-oikeus tosin säilyy näissäkin tapauksissa.

Mikäli kuluttaja peruuttaa tilauksen, on hänen palautettava tavara viivytyksettä viimeistään 14 päivän sisällä peruutuksesta.

Tutustu täältä ajankohtaisiin säännöksiin kuluttajatuotteiden myynnistä:

Klikkaa tästä säädöksiin tai lue
viereinen QR-koodi

*<https://www.mycashflow.fi/blog/1661-uusi-verkkokauppalaki-tulee-voimaan-13-6-2014/>

Yritysmyyntiin palautuksiin sovelletaan taas yritysten välistä sopimusta.

Näiden tuotteiden kohdalla palautusoikeus ei päde:

- yksittäistilatut ja kotiin kuljetetut päivittäistavarat
- nopeasti pilaantuvat tuotteet
- sinetöitynä toimitettu ääni- tai kuvatalenne tai tietokoneohjelma
- konsertti- ja lentoliput
- mittatilaustavarat
- sanoma- ja aikakauslehdet, jos niitä ei ole myyty puhelimitse

Verkkokauppaa koskevat samat pykälät ja pelisäännöt kuin muutakin kuluttajakauppaa. Kuluttajaoikeus on linjannut verkkokaupan markkinointia ja sopimusehtoja. Linjaukset perustuvat olemassa oleviin lainsäädännöksiin ja kuluttajaasiamiehen ratkaisukäytäntöön, ja sisältävät suosituksia ja ohjeita mallikelpoisen verkkokaupan perustamiseen. Yksityiskohtaiset kuluttajaoikeuden linjaukset löydät kuluttajaviraston verkkosivuilta.

Tässä kappaleessa kertomme, mitä voit tehdä palautusmäärien vähentääksesi ja miten palautusten logistiikka kannattaa hoitaa.

Selkeät tiedot palautusehdoista helpottavat ostopäätöstä

[UPS:n tutkimuksen](#) mukaan 66 % verkkokauppojen asiakkaista tarkistaa kaupan palautusehdot ennen Osta-painikkeen painamista. **Ostaminen tulee pyrkiä tekemään mahdollisimman luotettavaksi asiakkaalle kertomalla palautuksista ja mahdollisista kustannuksista selkeästi.** Myös tuotteen toimitus tulee hoitaa luvasti, sillä jos tuotteen toimitus epäonnistuu jollain tavoin, tuotteen palauttamisen todennäköisyys vain kasvaa.

Ostopäätöksiin vaikuttavat toimitus- ja palautusehdot. Varmista, että ne on helposti löydettävissä verkkokaupastasi, koska palautuksiin liittyvä epävarmuus vähentää tilauksia. Monimutkaiset palautusehdot, korkeat kulut ja toimitukseen menevä aika (tuotteen pakkaaminen, noutopisteeseen vieminen, noutoajan sopiminen kuljetusyhtiön kanssa) voivat vaikuttaa siihen, miksi monet tuotteesta kiinnostuneet asiakkaat eivät koskaan tilaa sitä.

Luo siis helppo ja selkeä palautusprosessi asiakkaillesi. Ilmainen palautus ei ole pakollinen, mutta laskee ostoskynnystä, tarkista siis mitä oman asiakaskuntasi arvostaa.

Palautusprosessi vaikuttaa ostopäätöksiin

”Iso kriteeri sille, mistä tilaan, on ilmaiset toimitukset ja palautukset.”

”Jos kauppaan on helppo palauttaa, niin saatan tilata enemmän tavaroita, kokeilla niitä ja palauttaa. Jos palautus maksaa, niin mietin pidempään mitä tilaan, ettei tarvitsisi palauttaa.”

”Palautus- ja vaihto-oikeus kannustaa ostamaan, mutta niissä menee kuitenkin aikaa ja vaivaa. Mutta on hyvä, että mahdollisuus on olemassa.”

”Plussaa, että on palautusmahdollisuus ja se on mahdollisimman yksinkertainen.”

*<https://www.ups.com/us/en/services/knowledge-center/article.page?name=return-shoppers-by-rethinking-your-online-returns&kid=aa3b199e>

Palautusten määrän vähentäminen

Palautus on harmittava tilanne molemmille osapuolille – jos asiakas teki ostoksen, se yleensä tarkoittaa, että hän oli todellakin kiinnostunut tuotteeseen, joka jostain syystä ei miellyttänyt häntä. Verkkokaupassasi voit kuitenkin auttaa asiakkaita tunnistamaan etukäteen, vastaako tuote heidän odotuksiaan.

Anna tarpeeksi tietoa tuotteista

Ainakin osan palautuksista voit ehkäistä tarjoamalla tarpeeksi tietoa tuotteesta. Kirjoita tarkka tuotekuvaus, jossa kerrot tuotteen teknisiä tietoja (mitat, paino, materiaalit, hoito-ohjeet) ja sen soveltuvuudesta eri käyttötarkoituksiin. Älä liioittele tuotteen hyviä puolia ja vältä kuvauksessa harhaanjohtavia väitteitä.

Jos myyt vaatteita, anna tarkat ja selkeät kokotiedot. Jos myyt tuotteita, jotka asiakkaan pitää asentaa itse, muista liittää pakettiin asennus- ja käyttöohjeet.

Myymälässä asiakkaat voivat nähdä tuotteen jokaisesta sivusta ja tunnustella sen ominaisuuksia. Verkkokaupassa heidän täytyy tyytyä kuviin. Yritä korvata korkea-laatusilla kuvilla, videoilla tai 360-asteen kuvilla käyntiä kivijalkakaupassa – näytä tuote eri puolilta. Ota kuvia läheltä, jotta tuotteen tekstuuri ja materiaalit näkyvät.

Palautuksen kustannukset asiakkaalle

Palautusten kustannuksissa on erilaisia vaihtoehtoja sen mukaan, mitä se maksaa asiakkaalle:

- täysin ilmainen palautus,
- ilmainen vaihto, maksullinen palautus,
- maksullinen vaihto ja palautus.

Ilmainen vai maksullinen palautus?

Tieto mahdollisuudesta palauttaa tuotteita ilmaiseksi on tärkeä tekijä, joka vaikuttaa ostopäätöksiin. Sillä on erityisesti suurin merkitys, jos kyseessä ovat tuotteet, joiden soveltuvuutta on vaikea tietää tuotekuvauksen perusteella, esimerkiksi vaatteiden kokoa tai kenkien sopivuutta.

Pidä kuitenkin mielessä, että ilmaisten palautusten seurauksena palautusten määrä voi kasvaa. Monet ostot verkossa tehdään impulsiivisesti. [WSJ:n tutkimuksen](#) mukaan, kolmasosa netissä ostetuista tuotteista palautetaan. Toisaalta [tutkimusten mukaan](#) asiakkaat tekevät enemmän ostoksia, jos palautus on ilmainen ja kokonaismyynti kasvaa.

Palautuksen kustannus voi riippua myös toimitusmaasta – maan rajojen ulkopuolisiin toimituksiin usein ei sisällytetä mistään maasta ilmaisia palautuksia, joten tämäkin on hyvä tehdä selväksi asiakkaalle.

Joka tapauksessa, ilmaisten palautusten ja vaihtojen osuuksia kannattaa seurata. Tarvittaessa palautuskustannuksia voi laskea mukaan tuotteiden hintoihin esimerkiksi sillä periaatteella, että 100 kpl vaatetta tulee takaisin vaihtona 10 % ja palautuksena 5 %, niin arvioi niiden kustannukset ja jaa ne mukaan tuotteiden hintoihin, jotta kulut jyvittyvät tasaisesti. Kun katsot yksittäisiä tilauksia, saattaa jopa olla, että jotkut näistä menevät tappiolle (esim. palautetaan ilmaiseksi koko tilaus), mutta muut tuote-erän myydyt tuotteet kattavat kustannukset. Lisäksi kannattaa pitää mielessä, että useaa tuotetta ei olisi tilattu ilman mahdollisuutta ilmaiseen palautukseen.

Jos tarjoat asiakkaille ilmaista palautusta, voit lähettää palautuskortin lähetyksen mukana tai tehdä sopimuksen kuljetusyhtiön kanssa. Silloin erillistä palautuskorttia ei tarvita, vaan asiakkaat kirjoittavat paketin päälle "Palautus ja ennakkoon ilmoitetun palautustunnuksen sekä vievät sen noutopisteeseen, josta paketti välitetään sovittuun osoitteeseen.

Vähentääksesi palautuskuluja tuotteet kannattaa lähettää pakkauspusseissa, joiden koko sopeutuu sisältöön. Jos asiakas tilaa viisi vaatekappaletta, mutta palauttaa vain yhden näistä, jolloin palautuksen koko pienenee ja se on usein edullisempaa. Usein kirjeissä on myös maksimitat, eli tilavuusrajoitukset.

*<https://www.ecwid.com/blog/top-reasons-for-returns-and-how-to-minimize-them-in-your-online-store.html>

Palautusten käsittely

Taloudellisesti kannattava palautusten käsittely vaatii prosessilta tehokkuutta: palautettavat tuotteet pitää toimittaa takaisin varastoon, saada ne takaisin myyntikuntoon sekä ostajalle on palautettava rahaa kohtuullisessa ajassa. Organisoimalla palautusten käsittelyä tehokkaasti, niin asiakkaat pysyvät tyytyväisinä ja palautuksesta syntyvä työmäärä on mahdollisimman alhainen.

Varaudu erilaisiin tilanteisiin ennakkoon ja mieti toimintamallien valmiiksi, niin palautuksen käsittely nopeutuu. Esimerkiksi tarkkuutta vaativat myös osapalautukset. Jos asiakas esimerkiksi tilaa tuotteita, joiden arvo ylittää 500 € ja joista hän saa 20 % alennuksen ja sitten palauttaa tästä tilauksesta tuotteita, joiden arvo on 200 €, voi olla, että tilauksen lopullinen summa ei oikeuta alennusta. Onnistuneen kampanjan jälkeen esimerkin kaltaisia palautuksia voi tulla paljon.

Mihin palautettavat tuotteet kannattaa lähettää?

Vastaus tähän kysymykseen riippuu valikoimasta ja sen sijainnista. Jos sinulla ei ole kivijalkakauppaa ja kaikki myymäsi tuotteet toimitetaan samasta varastosta, palautusten käsittelyaika lyhenee ja koko prosessi yksinkertaistuu merkittävästi. Jos myymäsi tavarat tulevat eri paikoista, kannattaa miettiä tarkasti, mihin palautukset lähetetään. Esimerkiksi voit valita yhden varaston, jossa kaikki palautukset käsitellään ja toimitetaan sieltä omiin varastoihin. Mutta jos myyt isoja ja painavia tuotteita, joiden kuljetus maksaa enemmän, niin ne kannattaa ohjata ne suoraan toimittajille.

Palautuksen käsittelypaikka pitää ottaa huomioon palautusosoitekorteissa. Valitsemastasi ratkaisusta riippuen osoitekortit kannattaa toimittaa asiakkaalle esimerkiksi PDF:nä sähköpostitse vasta silloin, kun palautettavat tuotteet ovat tiedossa.

Palautettujen tuotteiden jatkokäsittely


Kun tuotteet saapuvat takaisin varastoon, ne on saatava myyntikuntoon. Mikäli palautunut tuote ei ole myyntikuntoinen, niin voi olla että asiakas on käyttänyt tuotetta hieman tai se on ollut rikki. Eri syille on usein eri prosessinsa - esim tuhoaminen, palauttaminen toimittajalle, takuukorjaus, poistokori. Suurin osa pyritään saamaan mahdollisimman usein myyntikuntoisena takaisin varastosaldoille.

Tuotteiden tilastot on myös päivitettävä, jotta tiedät varmasti, montako kappaletta on saatavilla myyntiin. Palautusten määrästä riippuen voit sopia henkilökunta-si kanssa, että käsittelette palautukset esim. kaksi kertaa viikossa, jotta tuotteet saadaan takaisin myyntiin mahdollisimman nopeasti.

Palautuksista oppiminen ja parantaminen

Pidä tilastoja palautetuista tuotteista ja seuraa palautusten syitä. Näin huomaat, jos jotain tuotetta palautetaan useammin kuin muut ja pystyt ottamaan selvää, miksi sitä tapahtuu.

Jos tuote ei vastaa odotuksia, tarkista sen kuvaus verkkokaupassa ja varmista, että se kuvailee tuotetta totuudenmukaisesti. Voi myös olla, että tuotteen hinta-laatu suhde on huono tai tuote yksinkertaisesti ei miellytä asiakkaita. Seuraamalla tilastoja, huomaat sellaiset tapaukset helpommin ja pystyt tekemään tarvittavia muutoksia tuotevalikoimassa.

A worker wearing a yellow safety vest and a cap is operating a yellow Hyster forklift inside a warehouse. The forklift is carrying a pallet of Joe IPA beer cases. The background shows the interior of a warehouse with metal structures and a large door.

**Shipit on
vastuullinen
logistiikkakumppani.**

7. Kuljetuspalveluista reklamoiminen

Jos oikein pakattu lähetys saapuu perille vaurioituneena, myöhästyy tai katoaa kokonaan, sinulla on oikeus tehdä reklamaatio.

Rahdinkuljettajan vastuusta säättää Suomessa Tiekuljetussopimuslaki, joka on pakottavaa lainsäädäntöä. Tiekuljetussopimustilan 31 §:n mukaan jollei tavaraa ole luovutettu kotimaisessa kuljetuksessa 28 päivän kuluessa tai kansainvälisessä kuljetuksessa 60 päivän kuluessa siitä kun rahdinkuljettaja otti tavaran kuljetettavakseen, voi se, joka on oikeutettu vaatimaan tavaran luovuttamista, vaatia korvausta niin kuin tavara olisi kadonnut. Huomioithan myös että suurin osa kuljetuspalveluista eivät ole aikataulutaattuja vaan aikatauluarvioituja palveluita.

Jos lähetyksesi on vaurioitunut kuljetuksen aikana, selvitä seuraavat tiedot reklamointia varten:

1. Lähetysnumero (rahtikirjan numero)
2. Kuljetusyhtiö
3. Nouto- ja jakopäivä
4. Milloin vaurio huomattiin?
5. Kirjattiinko vaurio kuittausta tehdessä*?
6. Millainen vaurio oli kyseessä?
7. Mikä tavara oli kyseessä?
8. Tavarán kauppalasku ja paino
9. Oliko lähetykselle kuljetusvakuutus?

*Huomioithan että jos paketti on vaurioitunut, kun vastaanottaja kuittaa sen vastaanotetuksi, niin vauriosta pitää kirjoittaa ja ilmoittaa jo lähetyksen kuittaamisen yhteydessä. Muutoin kuljetusyhtiöt eivät usein ole korvausvelvollisia. Huomioithan, että sinä kauppiaina olet kuitenkin vastuussa siitä, että lähetys menee ehjänä perille yksityisasiakkaalle. Yrityisasiakkaan toimitustapauksissa lähetyksestä määräävät [toimitusehdot](#) tai miten asiasta on sovittu tilausta tehdessä.

Liitä mukaan myös:

- Kuvia vaurioituneesta tavarasta ja pakkauksesta sekä muista pakkausmateriaaleista
- Kauppalasku, joka todentaa lähetyksen arvon
- Säilytä pakkaus, tavara ja siihen käytetyt materiaalit siihen asti, että kuljetusyhtiö voi todentaa vaurion.

Voit myös reklamoida myöhästyneet lähetykset.

Klikkaa tästä toimitusehtoihin

*<https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja-alv/incoterms>

An aerial photograph of a busy container port. The foreground shows a large container ship docked at a pier, its deck filled with stacks of colorful shipping containers. The background is dominated by a vast yard filled with hundreds of stacks of containers, organized in neat rows. Several gantry cranes are visible, positioned along the pier and in the yard. The overall scene is one of intense industrial activity and global trade.

**Shipitin avulla
ulkomaankauppaan
käsiksi vaivatta.**

8. Ulkomaankauppa

Ulkomaankauppa on helppoa aloittaa. Nyrkkisääntönä on, että EU:n tullialueen myynnit, poikkeusalueita lukuunottamatta ovat alvillisia kuluttajakaupassa. Yritysten välisessä kaupassa alv on 0 % vain mikäli myyt alv-rekisteröityneelle yritykselle. EU:n ulkopuolinen kauppa on aina alv 0 %, muutoin vastaanottaja joutuu maksamaan alvit lähetyksestä kahteen kertaan. Aloittelevan verkkokauppiaan ei myöskään tarvitse miettiä eri maiden myyntirajoja, vaan myynnin voi aloittaa heti ja myynnin kasvaessa alv-rekisteröityminen toiseen maahan onnistuu helposti.

Kun tilataan myyntituotteita ulkomailta, on helppoa valita edullisin tuote sen enempää miettimättä kokonaiskustannuksia. Mikäli molemmat osapuolet ovat ALV-velvollisia, niin EU:n sisältä tilatessa myyntihintaan lisätään vain kuljetuskustannukset. Jos tavarat toimitetaan EU:n ulkopuolelta, kuljetuskustannukset ovat yleensä korkeampia ja myyntihinnan päälle tulee tulli.

Siksi ennen tilauksen tekemistä kannattaa selvittää ostohinnan lisäksi muut kustannukset etukäteen. Jos valmistajasi tarjoavat myös kuljetuspalveluita, niin varmista heidän hintansa ja varmista, pystytkö järjestämään ne itse edullisemmin. Usein säästöt voivat olla satoja euroja, millä voit vaikuttaa suoraan myyntihintaasi positiivisesti ja parantaa kilpailukykyäsi.

Seuraavaksi autamme sinua laskemaan tuotteiden tuonnin kustannukset ja selvittämään miten järjestät niiden kuljetuksen Suomeen turvallisesti.

Tavaran tuonnin kuljetuskustannukset

Hinnan selvittämiseksi tarvittavat yleensä seuraavat tiedot:

- Lähettäjän ja vastaanottajan postinumerotiedot
- Välimatkalla lähettäjän ja vastaanottajan välillä on suoraan vaikutusta hintaan.
- Lähetyksen mitat ja painotiedot sekä pakettimuoto
- Kuljetuksen hintaan vaikuttaa, onko lava päälle lastattavissa vai ei. Osa kuljetuksista voikin onnistua helpommin tilaamalla lähetykset irtopaketteina lavan sijasta.
- Tavarankuvaus
- Useammin helposti särkyvien tavaroiden tai vaarallisten aineiden kuljetuksesta veloitetaan lisää.
- Toimitusehdot
- Toimitusehdot määrittävät, kenen vastuulla on lähetys missäkin vaiheessa ja millaisen kuljetuksen sinun tulee tilata.

Tavaran tuonnin toimitusehtojen sovittaminen Incoterms-lausekkeiden avulla

Tavaroiden tuodessa sinun on sovittavaa myyjän kanssa seuraavista asioista:

- kenen vastuulla ovat tavarat missä vaiheessa,
- kuka vastaa tulleista ja tulliselvityksestä,
- mistä mihin tavarat toimitetaan ja millä aikataululla,
- kenen vastuulla on tavaroiden kuljettamiseen liittyvät kustannukset.

Käytännössä tämä tapahtuu maailmanlaajuisesti soveltamalla Kansainvälinen Kauppakamarin (ICC) laatimia Incoterms-toimituslausekkeitä, jotka sisältävät yhteenvedot yleisimmistä tavoista toimittaa tavarat ostajalle.

Incoterm määrittelee useampia lauseketta. Jotkut näistä soveltuvat kaikkiin kuljetusmuotoihin ja jotkut taas vain merikuljetuksiin. Lausekkeet eroavat periaatteessa siinä, miten vastuu tavaroista sekä kuljetuksen liittyvistä toimenpiteistä ja kustannuksista jaetaan myyjän ja ostajan välillä.

Tässä osiossa käymme lyhyesti läpi käytetyimmät lausekkeet tuonti- ja vientilähetyksille. Tarkemmat tiedot ja kuvaukset löydät [täältä*](#):

Klikkaa tästä lausekepankkiin

*<https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja-alv/incoterms>

Tuonti

EXW – Ex Works

– Noudettuna lähettäjän nimeämästä paikasta

Mikäli tilaat EXW lähetyksen huomaathan että tilaajan/vastaanottajan/Ostajan? tulee järjestää lähetykselle kaikki noudosta lähtien.

FCA – Free Carrier (Esim. FCA Helsinki)

– Vapaasti rahdinkuljettajalla

Mikäli lähettäjä pystyisi helposti järjestämään esim. vientiselvityksen lähetykselle tämä säästäisi kustannuksia ja voisitte käyttää mieluummin incoterms FCA:ta. FCA sopii erinomaisesti myös konttikuljetuksille.

Jos haluat, että lähetys on vakuutettu myyjän toimesta, on hyvä valita toimitusvaihtoehto, jossa myyjän vastuulla on myös itse kuljetus esim.

CIP – Carriage and Insurance Paid (Esim. CIP Turku

– Kuljetus ja vakuutus maksettuna.

Kuljetuskustannuksia voi myös hallita, mikäli lähettäjä pystyy järjestämään toimituksen terminaaliin tai pystytte itse noutamaan lähetyksen terminaalista. Huomioi silloin, että vastaanottajalle tulee usein kustannuksia, joten riippuu tavarankoon ja painosta, kannattaako lähetystä hakea itse ovelle toimituksen sijaan.

Vienti

Viennissä normaali käytäntö on joko terminaaliin tai ovelle toimitettuna.

DAT (Esim. DAT Savonlinna) – Delivered At Terminal – Toimitettuna terminaalissa

Toimitetaan sovittuun terminaaliin ja vastaanottaja on vastuussa kaikesta terminaaliin saapumisesta lähtien.

DAP (Esim. DAP Oulu) – Delivered At Place – Toimitettuna määräpaikalle

Toimitus ovelle, DAP on hyvin normaali käytäntö, jossa pitää määritellä, mihin osoitteeseen lähetys toimitetaan. Vastaanottaja vastaa tuontikuluista sekä mahdollisesta vakuutuksesta tuotteille. DAP-tapaa käytetään normaalisti ovelle kuljetuksissa.

DDP (Esim. DDP Rovaniemi) – Delivered Duty Paid – Toimitettuna tullattuna

Älä käytä tätä vaihtoehtoa, mikäli et pysty järjestämään tuontiselvitystä lähetykselle. Huomioi, että tässä vaihtoehdossa myyjän vastuulla ovat: vastaanottajan tuontiselvityskustannukset, tullit, alvit sekä mahdollinen maksupalvelupalkkio vastaanottopäässä. DDP on yleinen käytäntö esim. ilmaisissa näytteissä, millä ei haluta rasittaa mahdollista ostajaa tai arvokkaissa lähetyksissä kuluttajalle. Oman myyntituotteen kulut kyseisiin maihin kannattaa selvittää etukäteen ennen tämän vaihtoehdon käyttämistä sekä myös mahdolliset lisäkustannukset, mitä myyjälle aiheutuu.

Lisää Incoterms-lausekkeiden esimerkkejä löydät täältä. Lausekkeiden uusimman täydellisen version (Incoterms 2010) voit hankkia Kansainvälisestä kauppakamarista / Keskuskauppakamarin Palvelu Oy:sta.

Incoterms-ehtojen lisääminen kauppalaskuun (commercial invoice)

Kun ostaja ja myyjä olette valinneet lausekkeet, jotka parhaiten vastaavat tarpeisiin, lausekkeet tulee sisällyttää kauppalaskuun. Kauppalasku määrittelee myyjän ja ostajan sopimusoikeudelliset velvoitteet ja Incotermsin avulla täsmennetään tavaran toimittamiseen liittyviä seikkoja. Kuljetus- ja vakuutus sopimukset määrittelevät omalta osaltaan osapuolten välisiä suhteita ja mahdollisia velvoitteita suhteessa kolmansiin tahoihin.

Huomioithan, että mikäli teet lähetysten kuriiri- tai rahtiyrityksellä ja lähetys palautuu, on kuljetusyhtiön tehtävä lähetykselle tuontiselvitys ja suoritettava arvonalisävero, muutoin kuljetusyhtiö ei saa luovuttaa lähetystä. Hinta tälle on usein noin 10-20 € + aiheutuvat alvit.

Tullihinnat

Tulli määräytyy sen mukaan, mihin tullitariffinimikkeeseen tavara luokitellaan. Yleensä tulli lasketaan prosenttimääränä tullausarvosta, mutta joistakin tavaroista kannetaan tulli esimerkiksi painon tai kappalemäärän perusteella.

Tullialennukset

Kannattaa tarkistaa, oikeuttaako tavaran alkuperä tullialennukseen. Alennuksen hyödyntääksesi tarvitset kirjallisen alkuperäilmoituksen tai -todistuksen. Jossain tapauksissa, tavaraan voidaan soveltaa tullietuuskohtelu, jolloin tavarasta kannetaan joko alhaisempi tulli tai ei kanneta tullia ollenkaan.

Lisää tietoa tullialennuksista saat tullineuvonnasta.

Yleisvakuuslupa ja pakollinen EORI-numero

Jos tuot usein tavaroita ulkomailta Suomeen, sinun kannattaa rekisteröityä Tullin asiakkaaksi ja hakea yleisvakuuslupaa. Talletusta vastaan saat käyttöösi tulliluotonumeron, jonka avulla saat poistettua kuljetusyhtiöiden veloittamat maksupalvelupalkkiot sekä tilaukset saa toimitettuna suoraan ovelle tai valmiina luovutettavaksi.

Jos myyt tai vastaanotat tavaraa EU:n ulkopuolelta, sinulla on oltava EORI-numero, jonka tarvitset myös asioidessa tulliviranomaisten kanssa EU:n sisällä. EORI-numeron haet helposti tullin sivulta.

Tuonnin tulli-ilmoituksen antaminen

Suosittellemme käyttämään saman kuljetusyhtiön huolintapalveluita kuin millä lähetys tuodaan maahan, hinnallisesti ero on hyvin pieni, poikkeuksena tietenkin, että teet tämän itse. Jos tuonti on jatkuvaa suosittellemme tulliluotonumeron käyttöä, jonka avulla säästät maksupalvelupalkkiot ja saat lähetyksen pian jakeluun saapumisen jälkeen.

Saapumisilmoituksen Postista tai rahdinkuljettajalta saatuaasi voit tehdä tulli-ilmoituksen. Sitä varten tarvitset:

- kauppalaskun (kaupallinen lähetys) tai proforma (ei kaupallinen lähetys, esimerkiksi näytelähetys)
- tullinimikkeen huolintapalkkioon sisältyy usein tietty määrä nimikkeitä
- nimikkeen vaatimat mahdolliset lisäkoodit
- mahdollisten rajoitusten vaatimat luvat, lisenssit tai tarkkailuasiakirjat
- mahdolliset alkuperätodistukset
- edeltävän menettelyn asiakirjan numero saapumisilmoitukselta
- mahdollisen puuttuvan tiedon luvan.

Tärkeämpää tietoa tuonnin ilmoituksen tekemisestä löydät [Tullin sivulta](#).

<https://tulli.fi/yritysassiakkaat/tuonti/miten-annan-tuonnin-tulli-ilmoituksen->

Kun myyt ulkomaille

Verkkokauppojen potentiaalinen asiakaskunta voi olla missä vaan maailmalla. Tehokkaan markkinoinnin avulla voit helposti tavoittaa asiakkaita Suomen ulkopuolelta ja valitsemalla oikean logistiikkapalvelun pystyt tarjoamaan heille edullisia toimituksia.

Sujuvaa vientiä varten sinun kannattaa tietää vielä muutama asiaa, jotka esitellään tässä kappaleessa.

Arvonlisäveron määräytyminen

EU-myynti kuluttajille

EU-maihin lähettäessä ei tarvitse murehtia tulleista ja veroista. Yksityisille asiakkaille tuotteet myydään lähtöpään alv:n mukaan. Jos myynti ylittää kohdemaan alv-rajaa (35 000 tai 100 000 euroa), sinun on rekisteröidyttävä alv-velvolliseksi toisessakin maassa. Alv-rajaa on maasta riippuvainen. Maakohtaiset rajat voit tarkistaa [täältä*](#).

EU-myynti yrityksille

Jos vastaanottajana on yritys, tuotteista ei laskuteta alvia. Vastaanottajalla on oltava voimassa oleva alv-numero, jonka voit tarkistaa [täältä**](#).

Myynti EU:n ulkopuolelle

Jos myyt tavaroita EU:n ulkopuolelle, tavaroista ja kuljetuskustannuksista ei laskuteta arvonlisäveroa. Voit kuitenkin vähentää omassa verotuksessa arvonlisäveron, jonka olet itse maksanut tavaroiden myyntiin liittyvistä kustannuksista (kyseistä myyntiä varten ostetut tavarat ja palvelut). Lähetykselle on tehtävä kauppalasku.

Lahjat, palautukset ja reklamaatiot

Lähetyksille ilman kaupallista arvoa on tehtävä proformalasku. Proformalaskuissa voi käyttää esimerkiksi lausekkeita No commercial value tai For customs purpose only.

*https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/cross-border-vat/index_fi.htm

** http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/?locale=fi

Tullin asiakkaaksi rekisteröityminen

Onko sinulla viisi tai enemmän vientilähetystä vuodessa? Sinun on rekisteröidyttävä Tulli-asiakkaaksi (jos et ole tehnyt sitä vielä tuonin yhteydessä). Rekisteröityminen on maksutonta. Lue lisää [täältä*](#).

Vientiselvitys

EU:n ulkopuolelle lähteville lähetyksille, joiden arvo ylittää 1000 €, on tehtävä vientiselvitys (joissain tapauksissa myös vähempiarvoisista lähetyksistä on annettava vienti-ilmoitus). Yleensä viennistä ilmoitetaan sähköisesti ennen tavarän lähettämistä – mieluummin mahdollisimman aikaisin, mutta viimeistään ennen tavarän poistumista Suomesta.

Ilmoituksessa merkitään paikka, jossa tulliviranomaiset voivat tarkistaa vietävät tuotteet, siihen asti, kunnes tulli on luovuttanut tavarat vientimenettelyyn ja antanut luovutus päätöksen.

Sinun ei tarvitse aina tehdä vientiselvitystä – tarkista, kuuluuko vientiselvitys valitsemaasi kuljetuspalvelun hintaan. Esimerkiksi kuriireilla vientiselvitys sisältyy hintaan ja on pakollinen tavara lähetyksissä EU:n ulkopuolelle. Lisää tietoa viennistä ilmoittamisesta löydät [Tullin sivustosta**](#).

* <https://tulli.fi/yritysassiakkaat/vienti/viennin-rekisteroity-asiakas>

** <https://tulli.fi/yritysassiakkaat/vienti/vienti-ilmoittaminen>



**Valitse toiminnallesi
sopiva varastointimalli.**

9. Tavarankankinta ja varastointi

Tuotteiden hankinnassa on yleisiä periaatteita, mitä verkkokaupassa kannattaa huomioida, vaikkakin niissä on myös alakohtaisia eroja.

Tavaranklaatu ja laadunvalvonta

Tavaranklaatu heijastuu usein suoraan tavarankmyynti- ja ostohintaan. Laatu määrittelee hyvin pitkälle yritykseen imagon, sekä sen millaisiin tarpeisiin asiakas ostaa tuotteita. Laaduntarkkailu on tästä syystä myös tärkeää. Lähetettävät näytteet ovat usein hyvälaatuisia, mutta isoissa erissä laatu vaihtelee. Tämän vuoksi paikalliset kontaktit tai luotettavat tukkurit voivat olla tarpeen, ellei laatua pysty itse valvomaan tai sopimuksin varmistamaan.

Tuotetäydennykset ja tuotekategorian uusiminen

Ennen sopimusten solmimista on tärkeää selvittää, miten tukkuri tai tehdas pystyy toimittamaan tuotetta, miten nopeasti se valmistuu sekä miten usein tuotteesta tulee päivityksiä tai täysin uusia tuotteita.

Tavarankhinta

Tavarankostohinta heijastuu suoraan myyntihintaan ja usein myös tavaranklaatuun, joten kilpailuttaminen ja vertailu on tärkeää, kun ostat sisään tuotteita.

Tuotteen sijainti ja kuljetukset

Kannattaa huomioida, että tavarankostohinta ei ole lopullinen hinta. Mikäli saat ostettua itse tuotteen edullisemmin EU:n ulkopuolelta, tulee sinun laskea tuotteen hinnan päälle arvonlisävero, tullimaksut, huolinta sekä kuljetuskustannukset – elleivät nämä sisälly ostohintaan. Toimitus Kiinasta voi maksaa huomattavasti enemmän kuin kuljetus EU-maasta, joten 500-1000 € säästö voi helposti upota kuljetuskustannuksiin. Samoin kuljetuksissa aikaansaadut mahdolliset kustannussäästöt heijastuvat suoraan myyntihintaan ja yritykseen kilpailukykyyn. Lisää tietoa ulkomaan tuonnista löydät kappaleesta Ulkomaankauppa.

Toimitusehdot

Toimitusehdot ovat tärkeä osa kuljetusprosessia. Niiden avulla määrätään mm. milloin vastuu tuotteesta siirtyy ostajalle sekä kuka vastaa tilauksen eri osista. Lisää tietoa ulkomaan tuonnista löydät kappaleessa Ulkomaankauppa sekä sivulta Shipitin ulkomaankaupan kootuista ohjeista [tästä*](#).

Varastointi ja sisälogistiikka

Sisälogistiikalla tarkoitetaan sitä osaa yrityksen toiminnasta, missä tavara on saapunut yritykseesi ja niitä hyllytetään, inventoidaan, yhdistellään, pakataan ja lähetetään. Sisälogistiikkaan kuuluu myös tavaroiden kontrollointi varastoinnissa. Verkkokauppa-alustan valinta ja kuljetusten hallinnointi on olennainen osa sisälogistiikkaa, millä on suora vaikutus siihen, miten nopeasti varastosaldot päivittyvät, mitä tuotteita on varastossa, kuinka nopeasti palautuneet tuotteet käsitellään sekä miten nopeasti lähetykset ja tilaukset saadaan matkaan varastolta.

Asiakkailta tulee yleisesti palautetta Suomessa tarjottavien toimitusten hitaudesta. Kokemus hitaudesta voi johtua myös huonosti suunnitellusta tai organisoidusta sisälogistiikasta. Suomalaiset kuljetusyhtiöt kuljettavat tuotteet usein seuraavaksi päiväksi tai hyvinkin nopeasti palvelusta riippuen, jos tilaus vain saadaan sisälle ennen määräaikaa. Sisälogistiikalla on siis suora vaikutus asiakaspalveluun, asiakaskokemukseen ja lähetyksien nopeuteen. Hyvä verkkokauppa-alusta helpottaa sisälogistiikkaa, kun kaikki on hallittavissa yhdestä paikasta. Tilaukset, pakkauksilistat ja kuljetukset määritellään verkkokauppa-alustalla, ja kauppiaan pitää vain kerätä ja pakata tilaukset.

Jos toimintaa on vasta vähän, nämä asiat kannattaa hoitaa manuaalisesti, jolloin kauppiaille jää parempi käsitys mitä sisälogistiikkaan tarvitaan, ja kustannukset pysyvät aisoissa. Jos taas on monta eri kauppa tai haluaa yksinkertaistaa toimintaa, niin sopimus varastojen kanssa on oiva vaihtoehto. Varastojen kannattaa valita huolella, koska sen palvelu heijastuu suoraan asiakkaaseen.

• <https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja-alm/incoterms>

** <https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/ulkomaankauppa-ja-alm/incoterms>

Kun toiminta kasvaa, oman varaston perustamista kannattaa harkita tuotteiden säilytyksen ja hallinnoinnin hoitamiseksi. Varastoinnista syntyy aina kustannuksia, niinpä kannattaa suunnitella tarkasti, mikä varastointiratkaisu on verkkokauppallesi toimivin.

Mikä varastointimalli sopii tarpeisiisi? Oma varasto tai vuokrattu varastotila

Osa verkkokaupoista vuokraa varastotilaa. Kaikkien kaupan tavaroiden säilyttäminen samassa varastossa helpottaa verkkokaupan logistiikkaa huomattavasti: asiakkaiden tilaamia tuotteita ei tarvitse lähettää erillisissä paketeissa, vaan ne saadaan pakattua samaan lähetykseen. Kun tilaukset lähetetään keskitetysti samasta paikasta, myös noutokustannus kuljetusfirman kautta laskee ja toimitus nopeutuu.

Myymälä ja verkkokauppa

Jos sinulla on kivijalkakauppa, todennäköisesti osa verkkokaupiasi tavaroista sijaitsee myymälässä ja osa omassa varastossa. Etuna on mahdollisuus tarjota asiakkaille ilmainen nouto myymälästä. Mutta voi myös tapahtua, että joudut lähettämään asiakkaan tilauksen kahdessa paketeissa, jos tavaroita säilytetään eri paikoissa.

Ulkoistettu varastointipalvelut

Voit myös ulkoistaa varastoinnin kokonaan. Silloin omistat vain tavarat, jotka pidetään varastointiin erikoistuneen yrityksen varastossa. Kun kauppaan tulee tilaus, varaston henkilökunta valmistaa paketin ja lähettää sen vastaanottajalle – mikä on maksullinen palvelu. Varastolla saattaa olla omat sopimuksensa kuljetusyhtiöiden kanssa, jolloin ne pystyvät tarjoamaan omille asiakkailleen kuljetuspalveluja edullisimmilla hinnoilla. Sellaisista varastoista lähetykset yleensä noudetaan joka päivä, jolloin toimitusajat nopeutuvat.

Suoratoimitukset (drop-shipping)

Sinun ei tarvitse omistaa tuotteita, jotka myyt. Voit tehdä sopimukset toimittajien kanssa, että kun kauppaan tulee tilaus, he pakkaavat ja lähettävät tuotteita asiakkaillesi. Sillä tavalla sinun ei tarvitse investoida alussa ostamalla tavaroita, jotka eivät välttämättä myy niin isoja määriä, kuin oletit ja samalla voit tarjota laajempaa tuotevalikoimaa omille asiakkaillesi, eikä sinulle tule varastointikustannuksia. Tämä malli sopii erityisesti hyvin kaupoille, jotka myyvät tavarat, joihin kuuluu paljon tarvikkeita (tilauksen arvo ei ole kovin pieni) tai ovat kalliita ja nopeasti vanhentuvia, joihin ei kannata varastoida (esim. tietotekniikka-alan verkkokaupoissa).

Kannattaa muistaa, että sellaisessa mallissa verkkokaupan provisio on pieni ja luotettavien toimittajien löytäminen vie aikansa. On suositeltavaa etsiä toimittajia, joilla on laaja valikoima tuotteita, jotta asiakkaidesi tilaukset lähtevät samasta varastosta ja ylimääräistä toimituskuluja ei synty. Lisäksi kaupan logistiikka mutkistuu ja saatavuusongelmia on vaikea välttää. Monilla toimittajilla on myös minimi tilausrajoitukset, koska tuotteiden lähettäminen yksitellen on kallista.

Varastoinnin hallinnan merkitys kasvuun valmistautumisessa

Verkkokaupan liikevaihdon ja toiminnan kasvaessa varastonhallinta korostuu.

Ylläpidettäviä tuotetietoja on enemmän, tavaravirta varastoon kasvaa, lähetysten ja palautusten määrä kasvaa ja asioita hoitaa yhä useampi työntekijä. Yksinkertaisista asioista voi tulla vaikeita koordinoita, jos kasvuun ei ole varauduttu.

Kasvuun kannattaa valmistautua pitämällä tuoterekisteri ja varasto hyvässä järjestyksessä sekä organisoimalla tehtäviä selkeiksi prosesseiksi. Palautusten käsittelyt ja hyllytykset on hyvä niputtaa rutiiniksi ja tehdä määrättyinä aikoina. Tuotevalikoiman ja volyymin kasvaessa tiettyyn pisteeseen verkkokaupan varastonhallinta ja täydennykset on järkevin hoitaa siihen suunnitellulla ohjelmistolla, joka sisältää kaikki olennaiset raportit ja toiminnot sekä varaston täydennykset.

Verkkokauppa-alustan integraatio varasto-ohjelman kanssa tukee varastoinnin hallintaa

Valitse verkkokauppa-alustan, johon on valmiiksi integroitu tai sisäänrakennettu varasto-ohjelma. Tuotteiden varastosaldojen, hälytysrajojen ja varastopolitiikan avulla varmistat, ettet myy tuotetta yli rajojen. Saat nopeasti myös selkeät raportit tuotteista, jotka ovat loppumassa.

Varastointitekniikat, joilla säästät Määrittele minimimäärät

Määrittele, montako kappaletta jokaisesta tuotteesta pitäisi aina olla saatavilla varastossa ja tilaa uudet tuotteet aina, kuin tuotemäärä laskee alle minimin. Minimimäärät vaihtelevat sen mukaan, miten nopeasti tuote myy sekä miten kauan uuden tuotteen saaminen kestää. Tuotteen suosio voi vaihdella vuoden aikana, joten minimimääriä kannattaa aina tarkistaa.

Noudata “Ensin sisään, ensin ulos” -periaatetta

Jos myyt parasta ennen -tuotteita, varmista, että vanhimmat tuotteet myydään ensin. Se tarkoittaa, että sinun pitää järjestää tuotteet varastossa niin, että vanhimmat tuotteet ovat aina edessä. Tämä käytäntö kannattaa toteuttaa myös muiden tuotteiden kanssa – pakkaukset ja ominaisuudet muuttuvat useammin. Jos myyt uusimmat tuotteet ensin, saattaa olla, että varastoon jää tuotteita, joita et pysty enää myymään. Eniten myyvät tuotteet on hyvä pitää mahdollisimman hyvässä paikassa.

Viestintä toimittajien kanssa

Huolehdi suhteista toimittajiesi kanssa. Hyvistä suhteista on etua, etenkin jos tuotteesi suosio kasvaa äkillisesti ja tarvitset niitä nopeasti lisää, niin toimittajat ovat valmiimpia auttamaan sinua. Myös tilauksien minimimäärät ovat useammin neuvoteltavissa. Avoin ja tehokas viestintä on tärkeää – kerro toimittajille etukäteen, jos odotat muutoksia verkkokauppasi tarpeissa, jotta hekin voivat varautua näihin vastaavasti. Pyydä heiltä kertomaan sinulle, jos tuotetta ei ole tilapäisesti saatavilla, jotta voit siirtää kampanjan aikataulua tai etsiä korvaavaa tuotetta.

Varaudu ongelmatilanteisiin

Myös hyvin hallinnoituissa varastoissa voi tapahtua seuraavia ongelmatilanteita:

- yhtäkkiä myynti kasvaa huomattavasti ja tuotteet varastossa eivät riitä,
- sinulla ei ole tarpeeksi rahaa ostaa tuotteita, joita tarvitset,
- varastossa ei ole tarpeeksi tilaa sesonkiaikana,
- virhe tapahtuu ja käy ilmi, että sinulla on vähemmän kappaleita kuin ajattelit,
- tuote ei myy ja vie tilaa,
- toimittaja ei enää pysty toimittamaan tuotetta, joka myy hyvin,
- toimittaja yhtäkkiä lakkaa tuotteen toimittamisesta.

Mieti etukäteen, mitkä näistä riskeistä voivat sattua omassa toiminnassasi. Mitä voit tehdä, jos ne toteutuvat?

Varaston tarkastus

Varastoinnin hallinta-ohjelmisto tai kumppanilta saavat säännölliset raportit auttaisivat hallinnoinnissa, niin on syytä inventoida fyysinen varasto aika ajoin ja tarkistaa, vastaavatko määrät todellisuutta.

Inventoinnin voi tehdä esimerkiksi seuraavasti:

Vuosittainen inventointi

Monet kaupat laskevat kaikki tuotteensa vuoden lopussa myös kirjanpidon takia. Mutta jos laskee tuotteet vuoden lopussa, ja vasta silloin tulee esiin isoja eroja raporttien ja fyysisten tuotteiden määrien välillä, niin eroavuuksia voi olla vaikeaa selvittää.

Pistokokeet

Jos vuoden lopussa törmäät usein ongelmiin tai sinulla on monta tuotetta, voit alkaa laskea tuotteita pistokokeina. Sinun pitää vain valita tuote, laskea sen kappalemäärät ja verrata, minkä verran niitä pitäisi olla varastoraportin mukaan.

Laskeminen vuorotellen

Sinun ei tarvitse laskea kaikkia tuotteita kerrallaan – voit sen sijaan inventoida varastosi vuoden ympäri, jolloin joka päivä/viikko/kuukausi inventoidaan eri tuote ennakkoon määritellyn aikataulun mukaan. Yleensä arvokkaat tuotteet lasketaan useammin kuin muut.

ABC-analyysi

Jotkut tuotteet vaativat muita enemmän huomiota. Tuotteiden luokittelu helpottaa varastoinnin hallinnan oikea priorisointia. Käy tuotelista läpi ja luokittele tuotteet esim. arvon tai kiertonopeuden mukaan. Nopeimmin kiertävien ja arvokkaiden tuotteiden varastotasoja kannattaa valvoa hyvin tarkasti. Vastaavasti ei kannata kuluttaa liikaa resursseja hitaammin kiertävien ja vähemmän arvokkaiden tuotteiden valvontaan.

Tarkka ennustaminen

Varastoinnin hallintaa helpottaa kysynnän tarkka ennustaminen. Voit arvioida verkokauppasi tuotteiden kysyntää ottamalla huomioon seuraavat tekijät:

- tuotteen kysyntä tietyllä viikolla edellisvuonna,
- myynnin kasvu tänä vuonna,
- markinnan trendit,
- varma myynti (sopimukset ja ennakkotilaukset)
- sesonkien vaikutus,
- yleinen talous,
- tulevat kampanjat,
- markkinointi.

A worker in a yellow safety vest and cap is operating a yellow Hyster forklift in a warehouse. The forklift is carrying a pallet of stacked cases of Joe IPA beer. The text is overlaid on the image in white, bold font.

**Huomioi
kielletyt ja rajoitetut
tuotteet verkkokaupassa.**

10. Kielletyt ja rajoitetut tuotteet sekä vaaralliset aineet

Jos yrität lähettää seuraavia tuotteita, huomioithan että niihin kaikkiin kuuluu rajoituksia (maakohtaisia tai kuljetusyhtiökohtaisia). Ole yhteydessä kuljetusyritykseen selvittääksesi, voiko tavaran lähettää ja millä tavalla. Vaarallisten aineiden kuljetukseen liittyvissä kysymyksissä avuksi on www.cargosafe.fi.

Kielletyt tuotteet

- Raha, arvopaperit, lottokupongit, matkashekit, platina, kulta tai hopea valmistettuna tai valmistamattomana, jalokivet, korut sekä muut arvoesineet
- Huumausaineet esim. LSD, morfiini, kokaiini, kannabistuotteet, oopium
- Hampputuotteet, esim. vaatteet tai kauneustuotteet jotka sisältävät tetrahydrocannabinolia
- Propaganda- ja vihamateriaalit
- Alkoholi ja tupakkatuotteet
- Väärennökset ja piraattituotteet
- Ampuma-aseet, patruunat, ilma- ja kaasupistoolit sekä näitä muistuttavat esineet
- Räjähdeet
- Elävät tai kuolleet eläimet
- Pilaantuvat elintarvikkeet
- Elävät kasvit
- Esineet ja aineet, joiden hallussapidon tai käytön laki kieltää

Muita rajoituksia

- Lisäksi, seuraavien tuotteiden kuljetus voi olla rajoitettu:
- ilma-aseet, leluaseet ja tuliaseiden jäljitelmät ja kopiot, aseiden osat ja ammusten jäljitelmät (mukaan lukien kiväärinperät, liipaisinmekanismit sekä toimivaa asetta varten valmistetut ruuvit, pultit ym.),

- antiikki ja taide-esineet, joiden lähetysarvo ylittää tietyn summan,
- vyötteet ja verotarrat, joiden lähetysarvo ylittää tietyn summan,
- savukkeet ja sähkösavukkeet, joiden lähetysarvo ylittää tietyn summan,
- vaihdettavissa olevat rahanarvoiset asiakirjat, kuten esimerkiksi SIM-kortit, tyhjät tai aktiiviset luottoja pankkikortit, avoimet shekit, liput tilaisuuksiin, lottokuponit, postiosoitukset, pre-paid -puhelinkortit, tyhjät liput, matkasekit, voucherit/lahjakortit, käyttämättömät postimerkit yms. jos ne ylittävät tietyn summan.
- turkikset,
- korut ja kellot, joiden arvo ylittää tietyn summan.

Vaaralliset aineet

Vaaralliset aineet ovat esineitä ja aineita, jotka voivat aiheuttaa merkittävää riskiä terveydelle, turvallisuudelle, omaisuudelle ja ympäristölle. Vaarallisia aineita voi esiintyä mm. työkaluissa, matkapuhelimissa, auton varaosissa sekä muissa varaosissa, lääkinnällisissä laitteissa ja aineissa, kemikaaleissa, taskulampuissa ja muissa lampuissa, valokuvauslaitteissa, jääkaapeissa, kodin tarvikkeissa, sylintereissä, sähkölaitteissa tai laboratorionäytteissä.

Kuluttajat eivät saa lähettää vaaralliseksi aineeksi luokiteltuja aineita tai esineitä. Jos epäilet lähetystäsi vaaralliseksi aineeksi, ota yhteyttä kuljetusyhtiöön tai tutustu www.cargosafe.fi-sivustoon asian selvittämiseksi.

Esimerkkejä vaarallisista aineista:

- Kaikki tavarat, joiden sisällä on helposti syttyviä nesteitä tai myrkyllisiä aineita esim. elohopea, kuivajää, litiumakut.
- Mikä tahansa tavara, joka on sisältänyt polttoaineita tai muita palavia nesteitä. paineistetut säiliöt, magneetit, paristot, pakkausmateriaalit, tulitikut, muut sytykkeet, räjähteet, amukset sekä aseet.

Koska monella kuljetusyhtiöllä on erilaisia sisäisiä käytäntöjä vaarallisten aineiden suhteen, ota yhteyttä valitsemaasi kuljetusliikkeeseen asian selvittämiseksi.

Henkilöstön yleinen pätevyys

VAK-laki 11 § (22.12.2011/1402)

Jokaisella vaarallisten aineiden kuljetuksen tai säilytyksen tehtäviin liittyvällä henkilöllä tulee olla tarvittava kuljetuksen turvallisuuden varmistava koulutus tai muu pätevyys tehtävään. Tällaisia tehtäviä ovat pakkaaminen, lähettäminen, laivaaminen, lastaaminen, kuormaaminen, kuljetus sekä purkaminen. Sen lisäksi tällä tulee olla riittävän usein toistuva täydennyskoulutus, jollei tehtävää suoriteta koulutetun henkilön välittömässä valvonnassa.

Sinun kannattaa tarkistaa käyttämäsi varasto- ja kuljetuspalvelun henkilöstön pätevyys.

Litiumakut

Irralliset patterit ja akut ovat kiellettyjä lähetyksiä normaalissa kuljetuksessa ulkomaille. Ennen kuin teet lähetyksestä kuljetustilauksen ulkomaille, on suositeltava poistaa patterit leluista, taskulampuista ja muista tuotteista.

Tutustu ajankohtaisiin ohjeisiin kielletyistä lähetyksistä, vaarallisista aineista sekä litium-akuista.

Klikkaa kiellettyjen
aineiden ohjeisiin

Klikkaa vaarallisten
aineiden ohjeisiin

Klikkaa litium-akkuja
koskeviin ohjeisiin

Ohjeet kielletyistä aineista:


<https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/kielleyt-lahetykset>

Ohjeet vaarallisista aineista:

<https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/vak>

Ohjeet litiumakuista:

<https://www.shipit.fi/palvelut/ohjeet/litiumakut>



**Logistiikkaa tukeva
verkkokauppa-alusta
maksaa itsensä
nopeasti takaisin.**

11. Valitse verkkokauppa-alusta, joka tukee logistiikkaa

Verkkokauppa-alusta vaikuttaa ja tehostaa logistiikkaa kaupassasi.

Kun pohdit, mikä alusta sopii sinun tarpeisiisi parhaiten, tutustu tähän yhteen-
vetoon, mitkä asiat sinun kannattaa tarkistaa ennen kuin valitset verkkokaup-
pa-alustasi, että se palvelee juuri sinun tarpeitasi parhaiten.

Mitkä toimitustavat ovat integroitu?

Kun valitset verkkokauppa-alustaa, varmista, tukeeko se haluamasi myyntiä. Ajat-
tele myös tulevaisuutta – Suomessa asiakasmäärät ovat pieniä, mutta ulkomaille
suunnatessa markkina kasvaa roimasti, joten logistiikka tätä varten on varmistet-
tava jo verkkokauppatoiminnan alussa. Tarkista, millaiset toimitusvaihtoehdot voit
tarjota asiakkaillesi valitsemasi verkkokauppa-alustan kautta. Mikäli verkkokau-
ppa-alustasi ei tarjoa tarvittavia kuljetustapoja aloittelevalla verkkokauppiaalle
kotimaassa ja ulkomaille, jonkun toisen alustan valitseminen voi olla huomattavasti
käytännöllisempää.

Miten hallinnoit verkkokauppassi toimituksia?

Ota selvää, miten hyvin alusta on integroitu kuljetuspalveluiden kanssa. Jotkut
verkkokauppa-alustat tarjoavat suoran integraation valittuihin logistiikkapalvelui-
hin, jolloin kuljetustilaukset tehdään suoraan verkkokaupan hallinnasta. Sellaiset
integraatiot mahdollistavat yleensä myös osoite- ja palautuskorttien tulostamisen,
seurantakoodin lisäämisen tilausvahvistukseen sekä yksinkertaistavat laskutusta,
joka voi tapahtua verkkokauppa-alustan lisenssimaksujen yhteydessä. Integraa-
tioiden avulla säästät huomattavasti aikaa tilausten käsittelyssä ja virheiden mah-
dollisuus vähenee.

Miten hallinnoit varastoa?

Inventaarion hallinta on tärkeässä asemassa – et missään nimessä halua myydä tuotetta, jota sinulla ei ole, joten verkkokauppa-alustan tulee pysyä reaaliajassa tuotemäärien kanssa. Pidä mielessä, että toimitusten nopeus ei ole riippuvainen pelkästään kuljetusyhtiöstä mutta myös siitä, miten nopeasti pystyt käsittelemään kauppasi tilaukset.

Kuinka helposti pystyt luomaan kaupastasi eri versioita?

Jos aiot myydä ulkomaille, tutustu, miten pystyt luomaan ja ylläpitämään kaupan eri versioita sekä onko samojen tuotteiden myyminen mahdollista eri valuutoissa. Kaupan erilliset versiot tulevat käyttöön myös silloin, kun asiakaskuntaasi kuuluvat sekä kuluttajat että yritykset. B2B-kaupassa on hyvä näyttää hinnat verottomina. Jotkut toimitustavat soveltuvat vain isoille tilauksille, jotka tavalliset kuluttajat harvoin tekevät – niin on syytä piilottaa ne kuluttajaversiossa ja asettaa ne näkyviin ainoastaan yrityksille tarkoitettussa versiossa.

Miten hoidat kauppasi eri kieliversioita?

Monet kauppiat ovat sitä mieltä, että vaikeinta ulkomaankaupassa ei ole oman verkkokaupan kääntäminen toiselle kielelle, vaan eri kieliversioiden ylläpitäminen ajan tasalla. Harvalla verkkokauppa-alustalla on tarjolla integraatiota käännöspalvelun kanssa, mutta tarkista onko omalla alustallasi sellainen käytössä. Käännöspalvelun avulla saat uusien tuotteiden kuvaukset käännettyä vaivattomasti. Jotkut alustat tarjoavat myös käyttöliittymät valmiiksi eri kielillä, jolloin tarvitset käännöksiä ainoastaan luomallesi sisällölle.

Sisältääkö verkkokauppa-alusta palautustyökalut?

Palautustyökalut toimivat erinomaisena apuna palautusmäärän vähentämisessä. Muiden asiakkaiden kirjoittamien arvostelujen perusteella tuotteista kiinnostuneet asiakkaat pystyvät arvioimaan, soveltuuko tuote heidän tarpeisiinsa. Arvostelut helpottavat myös valikoiman hallintaa – jos tuote saa jatkuvasti huonot arvostelut, voi olla, että sen kuvaus on harhaanjohtavaa, hinta-laatu suhde heikko ja silloin tuote kannattaa poistaa valikoimasta kokonaan.

Tarkista myös, miten palautukset hoituvat hallinnan puolella. Pystytkö toimittamaan asiakkaallesi palautusosoitekortin esim. pdf-tiedostona? Miten tuotteen merkitsemisen palautetuksi onnistuu ohjelman hallinnassa? Miten tieto siirtyy varastohallintaohjelmaasi?

Tarjoaako verkkokauppa-alusta työkalut uusia integraatioita varten?

Ajattele tulevaisuutta! Logistiikka-alalla tapahtuu jatkuvaa kehitystä ja voi hyvinkin olla, että joku innovatiivinen toimitustapa voisi soveltua erityisesti hyvin sinun asiakkaillesi. Myös verkkokaupan tarpeet muuttuvat kaupan kasvaessa ja voi olla, että jossain vaiheessa tarvitaan sellaisia ominaisuuksia tai palveluita, jotka verkkokauppa-alustasi ei tue.

Yleensä alustan vaihtaminen on hankala ja riskejä sisältävä prosessi. Sellaisissa tilanteissa helpoin ratkaisu on puuttuvan integraation kehittäminen verkkokauppa-alustaan. Sen varalta kannattaa tarkistaa, onko alustalla avoin ohjelmointirajapinta ja tarjoaako alustan toimittaja myös kehittämisspalveluita.

Halvin vaihtoehto ei aina ole edullisin

Halvin ei ole aina edullisin, vaan se että löydät sellaisen alustan, joka on skaalattavissa liiketoiminnan mukaan. Se säästää aikaasi ja rahaasi pitkällä aikavälillä.

Verkkokaupan logistiikan suunnittelemisen ei tarvitse olla työlästä. Jokaisella verkkokaupalla on omat tarpeensa ja oma asiakaskuntansa, joiden erilaisia mieltymyksiä on otettava huomioon. Verkkokauppa-alustojen ratkaisuja kannattaa vertailla ja hyödyntää niitä, jotka ovat sopivimpia juuri sinun verkkokaupallesi ja asiakkaillesi.

Kaikki suosituimmat toimitustavat yhdellä sopimuksella

Shipit on kattava kotimainen logistiikkapalvelu, jonka kautta saat verkkokauppaasi kaikkien suosituimpien kuljetusyhtiöiden toimitustavat niin kotimaan lähetyksiin kuin kansainvälisiin kuljetuksiin – yhdellä sopimuksella.

Palvelumme avulla tarjoat verkkokauppaasi asiakkaille sopivimmat toimitustavat sekä mahdollisuuden valita itselleen sopivin noutopiste tilausta tehdessään.

Valmiille tilauksille tulostat osoitekortit suoraan verkkokauppaasi hallinnasta, jolloin toimituksen tiedot siirtyvät sähköisesti kuljetusyhtiölle.

Et tarvitse omia sopimuksia eri kuljetusyhtiöiden kanssa, vaan riittää että rekisteröidyt Shipitin yritysasiakkaaksi. Halutessasi voit käyttää tietyille toimituspalveluille myös omia sopimusnumeroitasi.

Miksi valita Shipit?

- Helppo integraatio verkkokauppaasi ja vaivaton käyttöönotto
- Kilpailukykyiset lähetyshinnat
- Kaikki suosituimmat toimitustavat
- Nopea ja avulias asiakaspalvelu

Lue lisää: <https://www.shipit.fi/palvelut/verkkokaupoille>

SHIPIT.fi

Shipit Oy Ab

Y-tunnus: 2705721-8

puh. 020 7528488

asiakaspalvelu@shipit.fi

myynti@shipit.fi