



Pohjoismainen maksuraportti 2020

Hakemisto

Johdanto	3
Vuoden yhteenveto	4–5
Myymälät	6–7
Ruokakaupat	8–9
Ravintolat & kahvilat	10–11
Liikenne	12–13
Palvelut	14–15
Verkkokauppa	16–17
Maksut	18–25
Maksutavat ja tunnistus	26–27
Digitaaliset kuitit	28–29
Kanta-asiakkuusratkaisut	30–31

Pohjoismainen maksuraportti 2020

Raportista

Nets Nordic Payment Report on kauppiaille suunnattu vuotuinen raportti maksuista ja maksuihin liittyvistä aiheista, jonka julkaisee Nets Merchant Services. Sisältö perustuu neljässä pohjoismaassa suoritettuun kuluttajatutkimukseen, Netsin omaan korttitapahtumadataan sekä Netsin asiantuntijoiden tietoihin. Pääpaino on fyysisen kaupan maksuissa, sillä myös Netsin tytäryhtiö Paytrail julkaisee erillisen kattavan raportin pohjoismaisesta verkkokaupasta.

Data

Kuluttajatutkimus

Tutkimusyhtiö Sifo/Kantar tekee kuluttajatutkimuksen vuosittain neljässä Pohjoismaassa Netsin toimeksiannosta. Kussakin maassa vastasi tänä vuonna 1000 kuluttajaa. Tutkimus tehtiin vuoden lopussa.

Netsin oma data

Netsin oma data perustuu fyysisen kaupan korttitapahtumiin, josta lähimaksujen osuus sekä kasvu voidaan erottaa. Tämä antaa hyvän kuvan vuotuisista muutoksista eri toimialoilla.

Netsistä

Me Netsissä näemme yksinkertaisemmat maksuratkaisut kehityksen ja kasvun perustana – sekä kaupankäynnissä että yhteiskunnassa. Nets-konsernilla on yli 4000 työntekijää useissa Euroopan maissa, ja siihen kuuluvat muun muassa saksalainen Concardis, sekä suomalaiset Paytrail ja Poplatek. Autamme satoja tuhansia yrityksiä ja kauppiaita sekä satoja rahoituslaitoksia helpottamaan asiakkaidensa elämää ja tarjoamaan samalla vertaansa vailla olevaa turvallisuutta ja vakautta. Olemme mukana kehittämässä helpompaa huomista.

Lataa raportti täältä:

<https://www.nets.eu/fi/payments/nordic-payment-report-2020/>

Fyysisen kaupankäynnin muutosten vuosi ja maksuratkaisujen kiihtyvä kehitys

Koronapandemia muutti radikaalisti fyysisen kaupan näkymiä vuonna 2020. Pandemia oli kova isku, koska se muutti kuluttajien kulutusta ja ostoskäyttäytymistä. Se nopeutti myös maksutapojen kehitystä. Netsin Petri Carpén tiivistää vuoden.

Tervetuloa tutustumaan Nordic Payment- raporttiin, joka käsittelee fyysisistä kaupankäyntiä ja pohjoismaista kuluttajakäyttäytymistä. Tänä vuonna laadimme täydellisen raportin, joka kattaa neljä pohjoismaata. Tavoitteena on antaa pohjoismaisille kauppiaille lisätietoa siitä, miten markkinat ovat muuttuneet vuoden aikana. Raportissa keskitytään kuluttajien käyttäytymiseen, maksuihin ja muihin fyysisissä ympäristöissä toimivien kauppiaiden kannalta tärkeisiin aiheisiin.

Pandemian seuraukset olivat rankkoja fyysiselle kaupalle

Covid-19 on ollut meille kaikille tavalla tai toisella rankka. Pandemiassa on tietysti useimmiten häviäjiä, mutta kuten aina kriiseissä, on myös joitakin taloudellisia voittajia. Fyysisen vähittäiskaupan alalla kaikki kaupparyhmit, muutamilla poikkeuksilla, osoittavat negatiivista kasvua ja joissakin

tapauksissa huomattavaa sellaista. Eniten kärsivät palveluala, erityisesti ravintolat, sekä matkailu- ja kuljetusala. Sosiaalinen eristäytyminen ja lockdown aiheuttivat merkittäviä taloudellisia seurauksia näille toimialoille.

Eräät fyysisen vähittäiskaupan alat ovat kuitenkin menestyneet hyvin, muutamia jopa paremmin kuin koskaan. Lähinnä ruokakaupoilla oli erittäin hyvä vuosi kaikissa Pohjoismaissa Ruotsia lukuun ottamatta. Myös muutamat muut fyysiset myymälät, kuten sisustusliikkeet, rakennustuotteita myyvät liikkeet ja puutarhamyymälät, kasvoivat voimakkaasti. Tämä johtui siitä, että kuluttajat viettivät suurimman osan ajastaan kotona. Myös vähittäiskauppiat, jotka ovat täydentäneet fyysisistä läsnäoloaan verkkokaupalla, ovat nähneet kasvua tai ainakin vähemmän huonoja lukuja, sillä kuluttajien ostoskäyttäytyminen muuttui dramaattisesti vuonna 2020.

Verkkokauppa väheni, mutta fyysisiin myymälöihin kohdistuva paine kasvoi

Verkkokaupan liikevaihto kuitenkin laski Pohjoismaissa ensimmäistä kertaa mittauksen alkamisen jälkeen. Syynä on se, että perinteisesti suurin verkkokauppakategoria, matkailu, supistui dramaattisesti pandemian vuoksi. Samaan aikaan tuotteiden myynti nousi voimakkaasti verkkokaupassa, mitä voidaan yleisesti ottaen pitää huonona uutisena monille fyysisille kauppoille.

Pandemian ja kuluttajien asenteiden muuttumisen seurauksena olemme nähneet yhä useampien fyysisien myymälöiden kiinnostuvan verkkomyynnistä ja käyttäjäystävällisistä monikanavaisista ratkaisuista. Maksamisesta on tulossa yhä kiinteämpi osa asiakaskokemusta. Kuluttajat käyttävät esimerkiksi aiempaa enemmän Click & Collect -palvelua: jossa tuote ostetaan verkosta ja yksinkertaisesti haetaan fyysisestä myymälästä tai palautetaan myymälään. Näin ollen maksutapojen on tuotava kuluttajille lisäarvoa tukemalla mukavuutta, nopeutta ja yksinkertaisuutta sekä yksilöllistä palvelua.

Tämä pandemia ja sen vaikutukset eivät tietenkään kestä ikuisesti. Pandemian jälkeenkin kuluttajille jää kuitenkin joitakin uusia käyttäytymistapoja. Tämän seurauksena verkkokauppa- ja monikanavaratkaisuista on tullut yhä tärkeämpiä vähittäiskauppioiden menestyksen kannalta. Fyysisen vähittäiskaupan odotetaan jatkavan muuttumistaan keskittyen kuluttajakokemukseen. Siksi monet ostoskeskukset ja kaupat keskittyvät juuri tähän luomalla elämyskeskuksia, joissa on ruokapaikkoja, viihdettä ja muita

palveluja. Tiedämme, että selvä enemmistö pohjoismaisista kuluttajista tekee edelleen – ja jopa pandemian aikana – ostoksia mieluummin fyysisissä kaupoissa. Pääasiassa siksi, että kuluttajat voivat nähdä, tuntea ja testata tuotetta ennen ostamista, saada hyvän yleiskuvan tuotteista ja myös henkilökohtaista palvelua.

Maksut fyysisissä ympäristöissä kehittyivät

Fyysisen kaupankäynnin maksujen muutos kiihtyi vuonna 2020. Digitaaliset maksut saivat uutta vauhtia. Maksuvaihtoehdot laajenevat – ja kuluttajat odottavat voivansa maksaa haluamallaan tavalla. Digitaalisten maksujen lisääntyessä myös tietoja tulee saataville enemmän. Asiakkaiden ostoskäyttäytymistä koskevien tietojen ansiosta kauppiat voivat kohdentaa yksilöllisiä tarjouksia ja mukauttaa myymälän palvelua – tästä on hyötyä molemmille osapuolille.

Pohjoismailla on maailmanlaajuinen johtoasema mahdollisen käteisrahattoman yhteiskunnan suhteen. Käteisettömiä myyntipisteitä on yhä enemmän, ja pohjoismaisten kuluttajien usko käteisettömään yhteiskuntaan kasvaa. Myös maksukortit ovat vahvistaneet asemaansa vuonna 2020. Pandemian seurauksena ihmiset ovat haluttomia käsittelemään käteistä, ja lähimaksut ovat lisääntyneet merkittävästi. Sama pätee mobiilimaksamiseen, joka kasvaa edelleen tasaisesti, joskin hitaasti. Sekä Tanskassa että Norjassa kuluttajat maksavat nyt mieluummin mobiilimaksulla kuin käteisellä, mikä on historiallinen asia. Emme kuitenkaan usko, että tämä maksutapa tulee muuttamaan maksumaisemaa kovinkaan paljon – mutta se todennäköisesti lisääntyy edelleen jonkin verran.

Tässä raportissa tarkastellaan tätä ja paljon muuta. Netsin päätavoitteena on neuvoa kauppiaita ja auttaa näitä löytämään oikeat ratkaisut maksamisen monimutkaisessa maailmassa, mikä puolestaan mahdollistaa asiakkaidemme paremman kasvun.

Nets jatkaa yrityksenä laajentumista. Saksalaisen maksuyhtiön Concardioksen kanssa tapahtuneen fuusion jälkeen, olemme nyt myös sulautumassa italialaisen Nexin kanssa. Fuusiot tuovat mittakaavaetuja toimintaamme sekä mahdollistavat entistäkin vahvempaa tuote- ja palvelukehitystä. Fuusion myötä meistä tulee Euroopan johtava maksualan toimija.

Petri Carpén
Nets Finland, Sales Director



”Pohjoismaissa olemme lähempänä mahdollista käteisettömää yhteiskuntaa kuin missään muualla maailmassa. Käteisettömiä myyntipisteitä on yhä enemmän, ja pohjoismaisten kuluttajien usko käteisettömään yhteiskuntaan kasvaa.”

Myymälät

Tähän kategoriaan kuuluvat fyysiset myymälät päivittäistavara- ja lukuun ottamatta. Ylivoimaisesti suurin osa kokonaisymyynnistä tapahtuu edelleen fyysisissä myymälöissä, mutta kategoriaan kohdistuu voimakkaita paineita sähköisen kaupankäynnin taholta, ja koronapandemia on ollut merkittävä isku. Vuonna 2020 kasvu oli negatiivista kaikissa Pohjoismaissa.

Suuri osa kotitalouksien kulutuksesta tapahtuu vähittäiskaupassa. Vaikka verkkokauppa kasvaa nopeasti, valtaosa vähittäismyynnistä tapahtuu edelleen fyysisissä myymälöissä. Digitaalinen muutos kuitenkin kiihtyy, ja kasvu on negatiivista useissa maissa. Tämän seurauksena monet fyysiset myymälät on viime vuosina jouduttu sulkemaan, ja koronapandemia rajoituksineen ja varoituksineen esimerkiksi ostoskeskuksissa käymisestä on vaikuttanut fyysisiin myymälöihin voimakkaasti. Luokan kasvu oli negatiivista kaikissa Pohjoismaissa vuonna 2020, eniten Suomessa ja vähiten Ruotsissa.

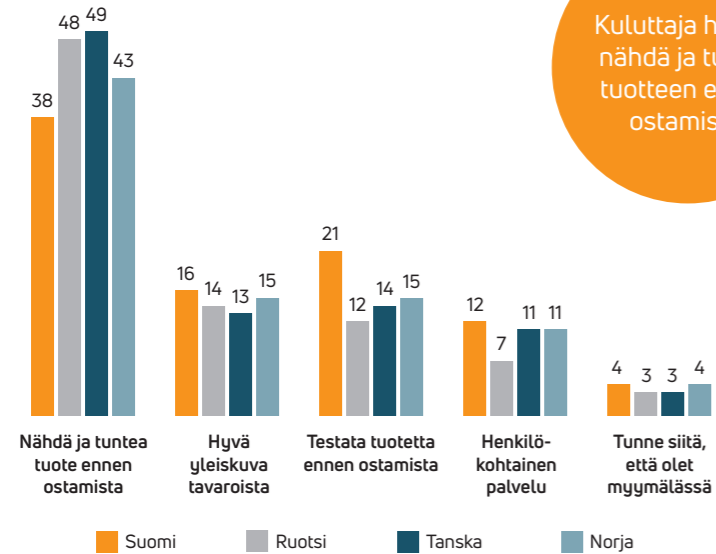
Netsin tutkimuksen mukaan selvä enemmistö pohjoismaisista kuluttajista tekee kuitenkin ostoksia mieluummin fyysisissä myymälöissä kuin verkossa. Kuluttajat haluavat käydä kaupungilla ja ostoskeskuksissa tekemässä jotain hauskaa ja nähdä ja tunnistella tuotteita. Kätevyydellä, hinnalla ja tarjonnalla kilpaileva verkkokauppa ei

pysty tarjoamaan fyysisen myymälän veroista asiointikokemusta. Suurin osa kaupankäynnistä tapahtuu vielä pitkään fyysisissä myymälöissä. Maantieteellisestä sijainnista, kuluttajien ostokokemuksesta ja erikoisliikkeistä tulee kuitenkin yhä tärkeämpiä, samoin kuin monikanavaisista ratkaisuista, jotka antavat kuluttajille joustavuutta molemmissa myyntikanavissa.

Maksamisen on oltava kätevää fyysisissä myymälöissä. Kassakoneet katoavat, ja ne korvataan mobiililaitteilla, niin sanotuilla SoftPos-ratkaisuilla. Sen ansiosta myyntihenkilöstö voi keskittää aikansa myymälässä asiakkaisiin ja vahvistua roolissaan neuvoina, joilla on läheinen asiakaskontakti. Sovellukset auttavat yhä enemmän asiakkaita, jotka haluavat navigoida kaupassa itse, ja myös kanta-asiakassovellukset lisääntyvät nopeasti erityisesti suurissa muotialan yrityksissä. Lisäksi saumattomat monikanavaiset ratkaisut voivat antaa kauppiaille kilpailuetua.



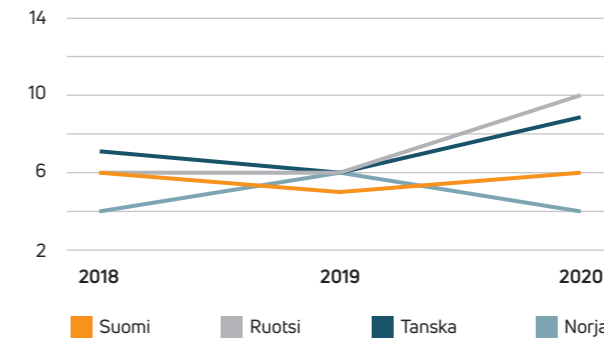
Ma	Kasvu (%)
Suomi	-14,8 %
Ruotsi	-5,3 %
Tanska	-6,0 %
Norja	-10,9 %



Syyt ostosten tekemiseen fyysisissä myymälöissä (%)

Mahdollisuus nähdä ja tuntea tuote ennen sen ostamista on fyysisten myymälöiden selkeä etu. Tämän vuoksi kuluttajat kaikissa Pohjoismaissa tekevät ostoksia pääasiassa fyysisissä myymälöissä. Muita tärkeitä syitä kuluttajille ovat hyvä yleiskuva valikoimasta ja mahdollisuus testata tuotetta ennen ostamista. Henkilökohtainen palvelu on myös tärkeää. Verkkokaupan on vaikea kilpailla kaiken tämän kanssa, ja tässä fyysinen myymälä täyttää kuluttajien tarpeet.

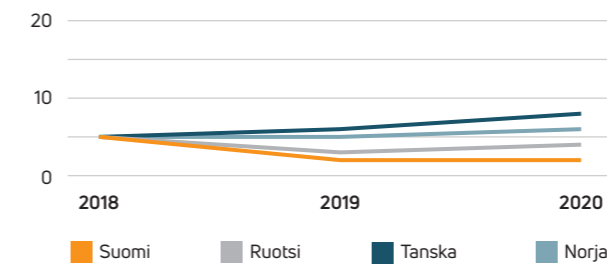
Ei osta koskaan (%)



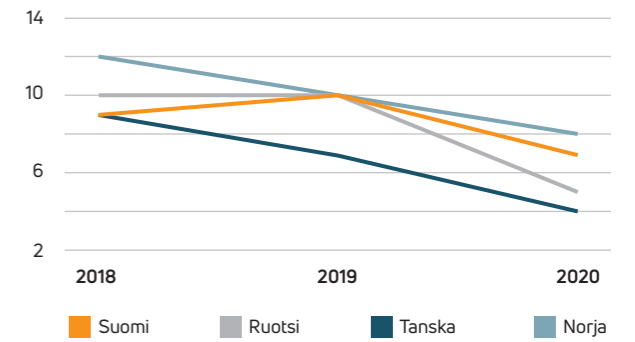
Niiden pohjoismaisten kuluttajien osuus, jotka eivät koskaan tee ostoksia fyysisissä kaupoissa, on yleisesti ottaen kasvussa. Suurin osuus on Ruotsissa, jossa joka kymmenes ei lainkaan tehnyt ostoksia fyysisissä kaupoissa vuonna 2020. Osittain verkkokaupan, mutta myös pandemian vuoksi. Kuluttajilla on varmasti jatkossakin tarve käydä fyysisissä myymälöissä, ja ostamatta jättäneiden osuus tässä kategoriassa todennäköisesti vähenee ensi vuonna.

Mieluisin maksutapa (%)

Mobiilimaksaminen

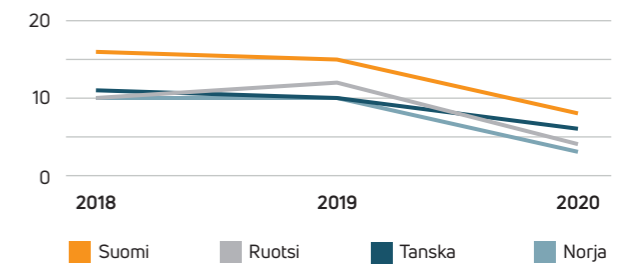


Ostaa 7–10 kertaa (%)

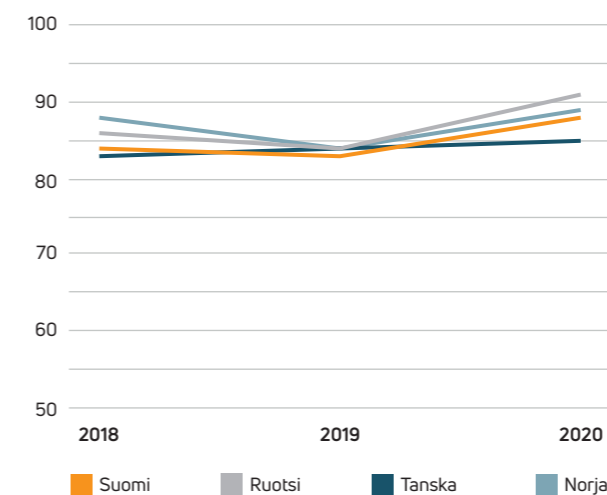


Jopa kanta-asiakkaiden eli niiden asiakkaiden keskuudessa, jotka tekevät ostoksia 7–10 kertaa kuukaudessa kyseisessä kategoriassa, suuntaus on laskeva. Ruotsissa osuus laski eniten, sillä se puolittui viime vuoteen verrattuna, mikä on paradoksaalista, sillä Ruotsissa oli vähiten ankaria rajoituksia. Norjassa kanta-asiakkaiden osuus vähenee vain hieman, mutta osoittaa silti merkittävää negatiivista kasvua.

Käteinen



Kortti



Kortit ovat edelleen vähittäiskaupan tärkein maksutapa kaikissa Pohjoismaissa. Noin yhdeksän kymmenestä kuluttajasta suosii kortteja tehdessään ostoksia tässä kategoriassa, ja tämä on jopa hieman kasvava suuntaus. Ruotsalaiset suosivat kortteja eniten ja tanskalaiset vähiten, mutta erot ovat suhteellisen pieniä.

Käteisen käyttö kaupoissa vähenee edelleen kaikissa Pohjoismaissa. Yhdessäkään maassa yli 10 prosenttia kuluttajista ei suosi käteistä, mikä on historiallisen alhainen osuus. Norjassa ja Ruotsissa vain muutama prosentti suosii käteistä. Osuus on hieman suurempi Tanskassa ja Suomessa.

Mobiilimaksaminen, joka on vielä suhteellisen uusi maksutapa, on hieman kasvussa Tanskassa ja Norjassa. Se on suhteellisen vakaa Ruotsissa, ja hieman hitaampi Suomessa. On syytä huomata, että suurempi osa tanskalaisista kuluttajista suosii nykyään mobiilimaksamista käteisen sijaan.

Ruokakaupat

Päivittäistavarakaupat määritellään raportissa supermarketiksi, ruokakaupoiksi ja muiksi päivittäistavaroita ja elintarvikkeita myyviksi fyysisiksi myymälöiksi. Tämä kategoria on hyötynyt siitä, että monet ihmiset ovat koronapandemian vuoksi olleet enimmäkseen kotona ja syövät siksi vähemmän ulkona. Verkkokaupan aiheuttama kilpailupaine ei kuitenkaan ole koskaan ollut suurempi.

Fyysiset päivittäistavarakaupat ovat hyötynyt pandemiasta, ja niillä oli erittäin hyvä vuosi, sillä kuluttajat valmistavat ruokaa kotona aiempaa useammin. Kasvuluvut ovat vahvasti positiivisia kaikissa maissa lukuun ottamatta Ruotsia, jossa ne olivat hieman negatiivisia. Sillä, että Ruotsin tärkeä rajakauppa Norjan kanssa suljettiin joksikin aikaa kokonaan, oli vaikutusta. Samoin verkkokaupan aiheuttama kilpailu, joka ei kuitenkaan ole vielä yhtä voimakasta kuin vähittäiskaupassa. Pandemia johti kuitenkin siihen, että elintarvikkeet olivat vuonna 2020 suurimpia verkkokauppaluokkia kaikissa Pohjoismaissa – erityisesti Ruotsissa.

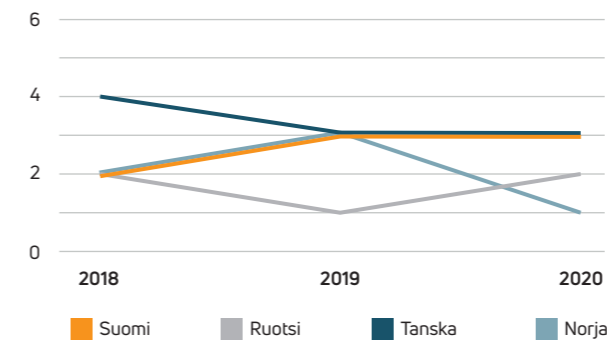
Päivittäistavaroiden verkkokauppa on kasvanut tasaisesti viime vuosina, ja Pohjoismaiden suurimmat toimijat ovat panostaneet voimakkaasti verkkokauppaan. Netsin verkkokaupparaportin mukaan pohjoismaiset kuluttajat ostivat vuonna 2020 enemmän ruokaa verkosta kuin koskaan aiemmin. Vaikka fyysiset myymälät kirjaisivat vuoden aikana vahvat luvut, kuluttajakäyttäytymisen osittainen muutos luokassa on virstanpylväs. On epätodennäköistä, että verkkokauppa korvaa fyysiset ruokakaupat – ihmiset unohtavat tehdä ostoksia, heidän on tehtävä pikaostoksia, ja kuluttajat haluavat mennä fyysiseen myymälään nähdäkseen ostamansa tuotteet. Omnichannel-ratkaisut lisääntyivät myös luokassa vuonna 2020, kuten ostaminen verkosta ja noutaminen myymälästä.

Maksamisessa on kyse hands-off-kokemuksista. Itsepalvelu lisääntyy yhä enemmän, lähinnä kassalla. Pienemmissäkin myymälöissä on itsepalvelupäätteitä ja kotiinkuljetusvaihtoehtoja, mikä kertoo monikanavaisuuden tarpeista. Myös lähimaksujen kehitys on vahvinta tässä kategoriassa.

Fyysiset päivittäistavarakaupat ovat hyötynyt pandemiasta, ja niiden vuosi oli erittäin hyvä.

Suomi	Ruotsi	Tanska	Norja
+8,4 %	-0,4 %	+7,2 %	+5,8 %

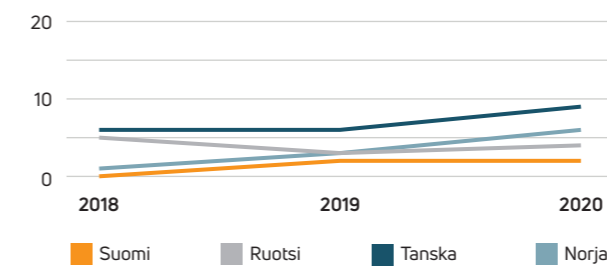
Ei osta koskaan (%)



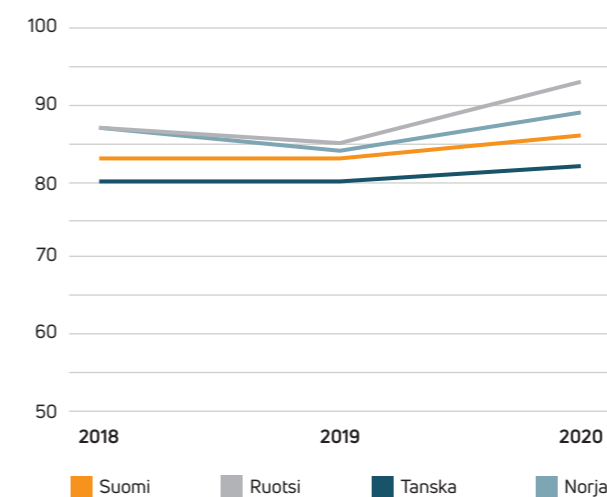
Niiden pohjoismaisten kuluttajien osuus, jotka eivät koskaan tee ostoksia fyysisissä ruokakaupoissa, ei ole juurikaan muuttunut viime vuosina. Ainoastaan Ruotsissa tämä osuus kasvaa vuoteen 2019 verrattuna, mutta tasot ovat alhaisia. Norjassa vielä harvempi kuuluu "ei osta koskaan" -kategoriaan. Vaikka päivittäistavaroiden verkkokauppaostokset lisääntyivät merkittävästi vuonna 2020, kuluttajat kävivät Nets-korttitilastojen mukaan fyysisissä päivittäistavarakaupoissa enemmän kuin vuonna 2019, mikä johtui pääasiassa pandemiasta ja siitä, että he olivat enemmän kotona.

Mieluisin maksutapa (%)

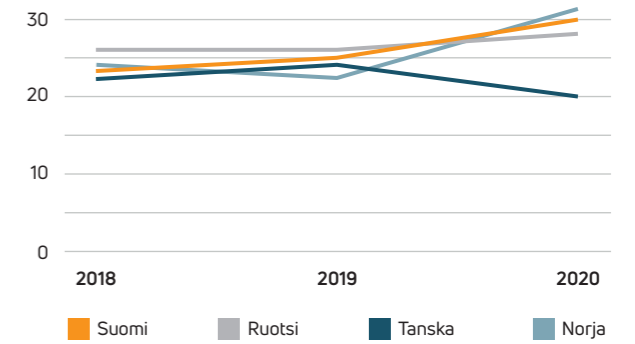
Mobiilimaksaminen



Kortti

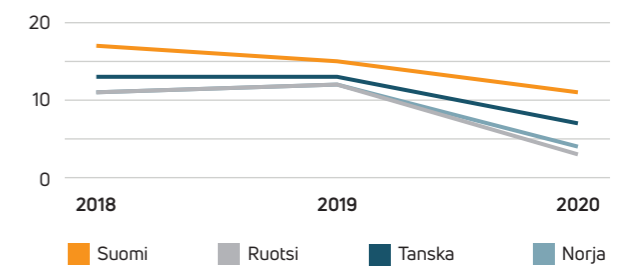


Ostaa 7–10 kertaa (%)



Jopa kanta-asiakkaiden eli niiden asiakkaiden keskuudessa, jotka tekevät ostoksia 7-10 kertaa kuukaudessa kyseisessä kategoriassa, suuntaus on nouseva. Tämä osuus kasvaa kaikissa maissa paitsi Tanskassa, jossa kanta-asiakkaiden osuus on pienin. Myös Norjassa osuus kasvaa merkittävästi. Niin kauan kuin etätyöskentelyn suuntaus jatkuu, tämä kategoria hyöttyy edelleen.

Käteinen



Myös fyysisissä ruokakaupoissa kortit ovat edelleen tärkein maksutapa kaikissa Pohjoismaissa. Suuntaus on jopa nouseva, pääasiassa siksi, että käteistä rahaa käytetään vähemmän. Noin yhdeksän kymmenestä kuluttajasta suosii kortteja tehdessään ostoksia tässä luokassa. Ruotsalaiset suosivat kortteja eniten ja tanskalaiset vähiten, mutta erot ovat pieniä.

Käteisen käyttö maksuvälineenä on vähentynyt erittäin paljon kaikissa Pohjoismaissa. Ainoastaan Suomessa yli kymmenen prosenttia suosii käteistä tässä luokassa, ja tämäkin osuus on puolittunut vuodesta 2018. Ruotsissa ja Norjassa käteistä suosivien osuus laskee hieman yli kymmenestä prosentista vain muutamaan prosenttiin. Tanskassa osuus on lähes puolittunut.

Mobiilimaksaminen lisääntyy hieman kaikissa Pohjoismaissa paitsi Suomessa, jossa se pysyy ennallaan. Tanskassa lähes joka kymmenes kuluttaja suosii nykyään tätä maksutapaa – suurempi osuus kuin käteistä suosivien osuus. Norjassa on nähtävissä voimakas nouseva suuntaus, mutta tasot ovat edelleen alhaiset.

Ravintoloiden ja kahviloiden vuosi oli hyvin vaikea koronapandemian vuoksi.

Ravintolat & kahvilat

Tähän kategoriaan kuuluu ravintolat, pikaruokapaikat, baarit ja kahvilat, joiden vuosi oli erittäin vaikea koronapandemian ja rajoitusten vuoksi. Kasvuluvut ovat vahvasti negatiivisia kaikissa Pohjoismaissa. Ihmisillä on kuitenkin patoutunut tarve päästä ulos ruokailemaan, ja suuntaus tulee luultavasti olemaan vahvasti nouseva pandemian päätyttyä.

Ravintolat ja kahvilat ovat viime vuosina hyötynneet kasvavasta kaupunkiväestöstä, lisääntyneestä matkailijamäärästä ja muuttuneista kulutustottumuksista, kuten siitä, että ihmiset syövät enemmän ulkona. Pandemia kuitenkin käänsi tilanteen ylösäläisiksi ja iski kategoriaan erittäin voimakkaasti, ja kasvu oli kaksinumeroinen negatiivista kaikissa Pohjoismaissa. Rajoitusten vuoksi asiakkaita ja paikkoja oli huomattavasti vähemmän ja aukioloaikoja oli lyhennetty. Ravintolat olivat hetimitään myös kokonaan kiinni. Useissa Pohjoismaissa kategorian liikevaihto laski 40-70 prosenttia maaliskuusta 2020, mutta elpyi jonkin verran kesän

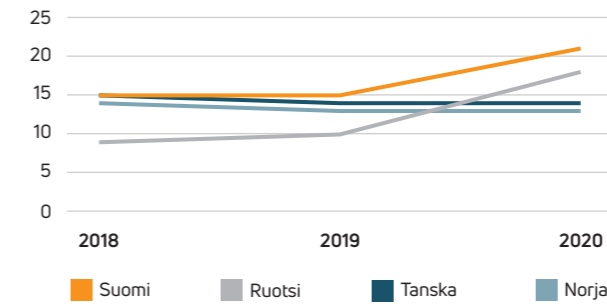
aikana. Norjassa koko vuoden lasku on 47 prosenttia tässä luokassa. Monet ravintolat, jotka olivat liikekeskusten lähellä, kamppailivat selviytyäkseen, koska ihmiset eivät juurikaan matkustaneet.

Jotkin ravintolat ovat kuitenkin selvinneet myymällä ruokaa verkkotilauksilla tai take away:na. Foodoran ja Woltin kaltaiset toimijat ovat vakiinnuttaneet asemansa ja sekä hyötynneet että auttaneet. Tässä tapauksessa ruoka ostetaan verkossa, valmistetaan ravintolassa ja toimitetaan sitten asiakkaalle – hyvä esimerkki monikanavaisesta ratkaisusta.

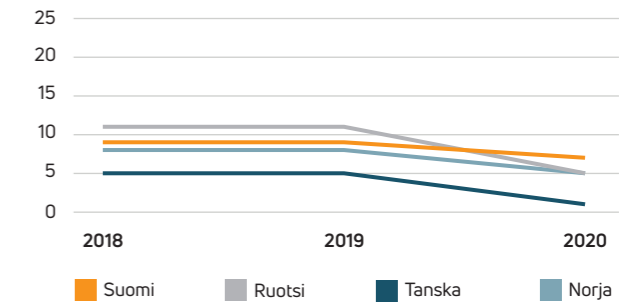
Joissakin ravintoloissa on pöydillä tai sisäänkäynnillä tabletteja tai sovelluksia, joita käytetään tilaamiseen ja maksamiseen. Ne on helppo puhdistaa ja ne minimoivat ihmisten välisen kosketuksen. Tässä kategoriassa henkilöiden väliset rahasiirrot ovat myös yleisiä, kun lasku jaetaan ravintolassa.

Suomi -25,6 %
Ruotsi -27,4 %
Tanska -25,3 %
Norja -47 %

Ei osta koskaan (%)



Ostaa 7-10 kertaa (%)

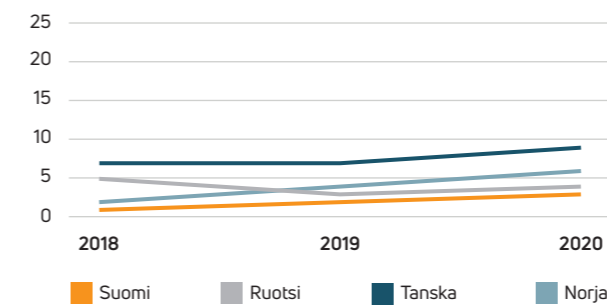


Niiden pohjoismaisten kuluttajien osuus, jotka eivät koskaan tee ostoksia tässä kategoriassa, kasvoi merkittävästi Ruotsissa ja Suomessa, kun taas Norjassa ja Tanskassa se pysyi ennallaan. Tutkimus tehtiin kuitenkin vuodenvaihteessa, jolloin rajoitukset olivat hieman maltillisempia. Paradoksaalista kyllä, Ruotsissa, jossa on vähiten rajoituksia, osuus on toiseksi suurin Suomen jälkeen. Noin viidesosa kuluttajista näissä kahdessa maassa ei koskaan tehnyt ostoksia tässä kategoriassa.

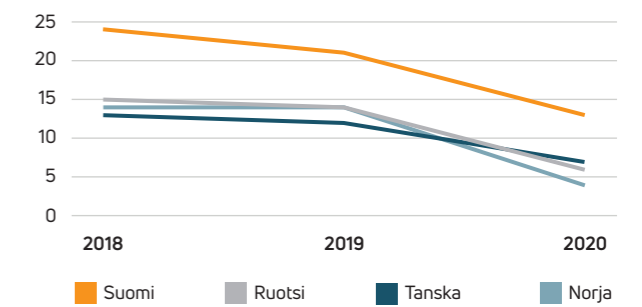
Kanta-asiakkaiden keskuudessa suuntaus on vahvasti laskeva kaikissa Pohjoismaissa. Lasku on suurinta Ruotsissa ja Tanskassa, jossa vain yksi prosentti tekee usein ostoksia tässä kategoriassa. Suomessa on nyt eniten kanta-asiakkaita, vaikka erot ovatkin pieniä. Todennäköisesti kaikissa maissa on kuitenkin suuri kaipaus päästä ulos syömään ja kahville.

Mieluisin maksutapa (%)

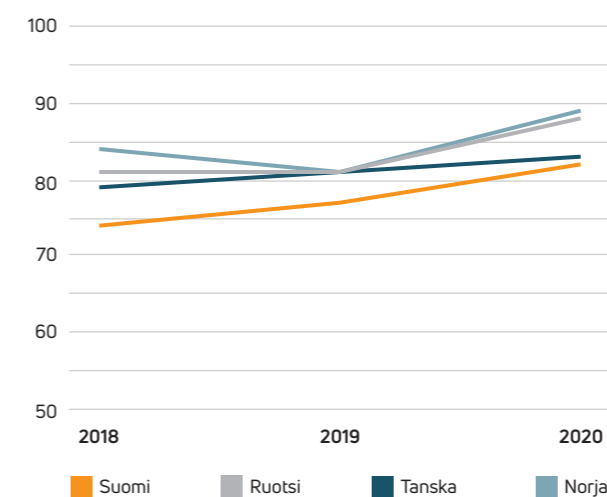
Mobiilimaksaminen



Käteinen



Kortti



Kaikkina Pohjoismaissa kortit ovat tässä kategoriassa hallitseva maksutapa. Ja suuntaus on jälleen nouseva, pääasiassa siksi, että käteistä rahaa käytetään vähemmän. Noin yhdeksän kymmenestä kuluttajasta suosii kortteja tehdessään ostoksia tässä luokassa. Suomessa kuluttajat suosivat kortteja vähiten, mutta suuntaus on vahvasti ylöspäin.

Tässä kategoriassa, joka on aina ollut klassinen käteisympäristö, ei ole enää sellainen. Käteistä suosivien kuluttajien osuus vähenee dramaattisesti kaikissa Pohjoismaissa. Myös Suomessa, jossa käteinen on suosituin maksutapa tässä kategoriassa, osuus on lähes puolittunut. Samoin Ruotsissa ja Tanskassa. Norjassa osuus laskee jyrkästi 14 prosentista 4 prosenttiin.

Mobiilimaksaminen sen sijaan lisääntyy kaikissa Pohjoismaissa. Tanskassa suurin osa kuluttajista – noin joka kymmenes – suosii tätä maksutapaa, ja tämäkin osuus on suurempi kuin käteistä suosivien osuus. Norjassa osuus on kaksinkertaistunut joka vuosi kolmen viime vuoden aikana, mutta osuus on edelleen alhainen. Samoin Ruotsissa ja Suomessa taso on edelleen alhainen.

Liikenne

Liikennekategoriaan kuuluu julkinen liikenne, taksit ja lentomatkailu. Kasvava väestö, hyvä talous ja lisääntyvä matkailu ovat viime vuosina hyödyttäneet tätä kategoriaa Pohjoismaissa – mutta vuonna 2020 tämä pysähtyi äkillisesti koronapandemian vuoksi. Kasvu oli negatiivista kaikissa Pohjoismaissa.

Matkailu- ja kuljetusalalle vuosi 2020 oli kaikkien aikojen huonoin vuosi. Ihmisten matkustaminen oli vähäisintä moneen vuoteen – ehkäpä koskaan nykyaikana. Sekä muihin maihin että oman maansa tai jopa kaupunkinsa sisällä. Matkustajaliikenne on kärsinyt pandemian vuoksi eniten kaikista toimialoista. Netsin verkkokaupparaportin mukaan matkojen myynti verkossa pieneni Pohjoismaissa sadoilla miljoonilla euroilla vuonna 2020. Myös kaikki muut Pohjoismaiden sisäiset matkat, kuten julkisilla liikennevälineillä ja takseilla tehdyt, sekä lentomatkailu vähenivät dramaattisesti. – esimerkiksi Ruotsissa Netsin korttitiedot osoittivat lähes 70 prosentin laskua maaliskuun ja

elokuun 2020 välillä. Kaiken kaikkiaan kategorian negatiivinen kasvu vaihtelee Pohjoismaissa 5 ja 24 prosentin välillä.

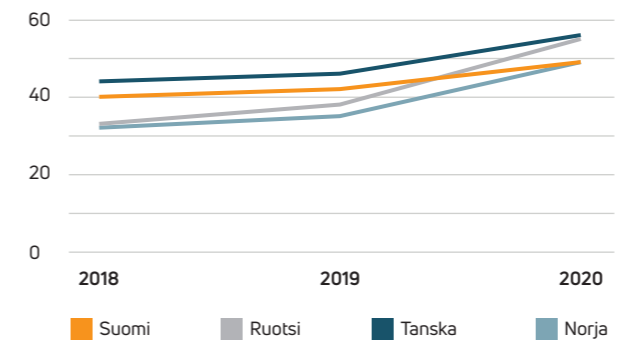
Kun kuluttajat eivät liikkuneet juuri lainkaan, tämä vaikutti kaikkeen matkustajaliikenteeseen. Taksi- tai muilla liikennöintiyrityksillä oli hyvin vaikeaa vuonna 2020. Kotimaiset kuluttajat eivät olleet ainoat, jotka lopettivat liikkumisen, vaan myös matkailijoiden puute oli merkittävä isku. Matkustaminen lisääntyy jälleen – ehkä enemmän kuin koskaan – kun pandemia on ohi.

Maksamisessa pääpaino on nyt matkasovelluksissa. Lähes kaikilla kuluttajilla on jonkinlainen matkasovellus – pääasiassa julkista liikennettä varten – mutta myös taksi maksetaan yhä useammin sovelluksen kautta. Erilliset julkisen liikenteen matkakortit ovat myös yleistyneet, ja joillakin liikennöitsijöillä on nyt integroituja ratkaisuja, joissa käytetään kuluttajien suosimaa maksukorttia.

Ihmisten matkustaminen oli vähäisintä moneen vuoteen – ehkäpä koskaan nykyaikana.

Suomi	Ruotsi	Tanska	Norja
-5,2 %	-10,3 %	-11,6 %	-24,4 %

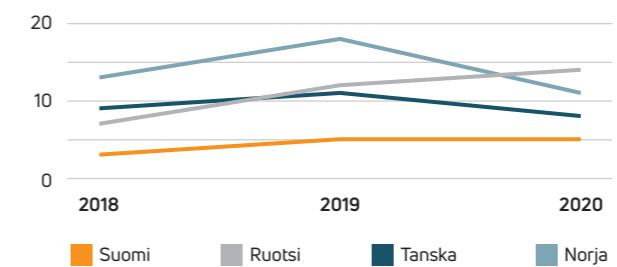
Ei osta koskaan (%)



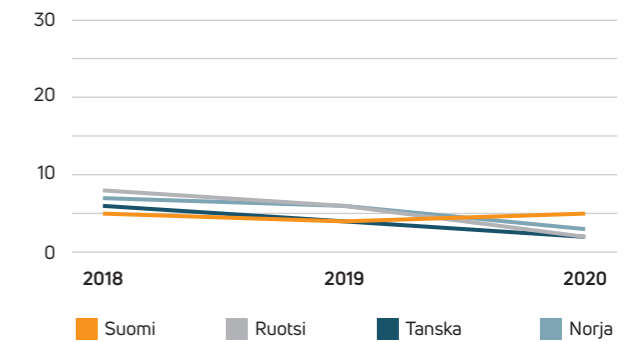
Jyrkkä lasku on selkeä: niiden pohjoismaisten kuluttajien osuus, jotka eivät tee lainkaan ostoksia tässä kategoriassa, on kasvanut erittäin jyrkästi kaikissa maissa. Noin puolet kaikista pohjoismaisista kuluttajista ei ostanut mitään tästä kategoriasta vuonna 2020 – ennennäkemätöntä. Osuus oli korkein Tanskassa ja Ruotsissa, ja se on kasvanut erittäin voimakkaasti edellisiin vuosiin verrattuna.

Mieluisin maksutapa (%)

Mobiilimaksaminen

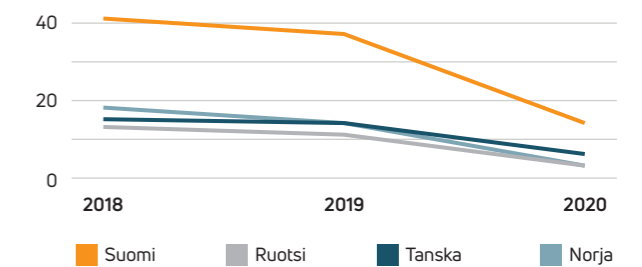


Ostaa 7–10 kertaa (%)



Myös kanta-asiakkaiden tekemät matkat vähenevät jyrkästi – ainakin puoleen Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa. Suomessa osuus on kuitenkin lievässä kasvussa, mutta alhaisella tasolla. Vain muutama prosentti kuluttajista teki ostoksia 7-10 kertaa kuukaudessa tässä kategoriassa. Huomionarvoista on, että Ruotsissa tämän kategorian kanta-asiakkaiden osuus laski kahdeksasta prosentista kahteen prosenttiin vuodesta 2018 vuoteen 2020.

Käteinen

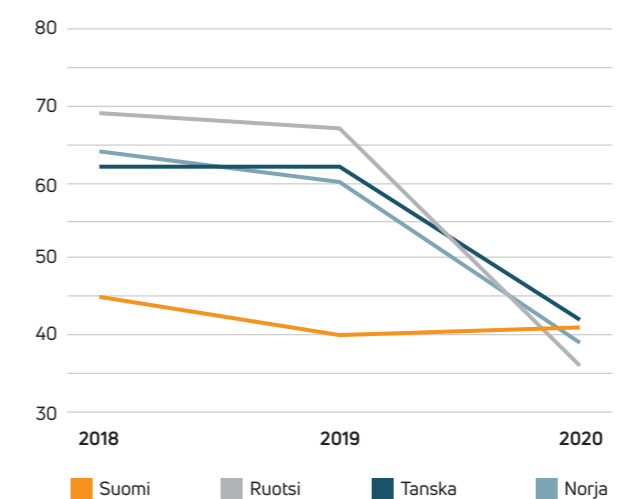


Kortti hallitsee myös liikenteen alalla – mutta paljon vähemmän kuin muissa luokissa. Vähennys viime vuodesta on myös merkittävä, mutta se johtuu pääasiassa siitä, että kyselyyn lisättiin matkasovellusvaihtoehto. Suuri osa kuluttajista käyttää nykyään matkasovelluksia paikallisiin matkoihinsa. Etenkin Norjassa 36 prosenttia pitää sitä parempana. Ruotsissa vastaava luku on 24 prosenttia, Tanskassa 16 prosenttia ja Suomessa 11 prosenttia.

Liikennekategoria on suurelta osin ollut vahva käteisympäristö, mikä johtuu osittain takseista. Nykyään on kuitenkin lähes mahdotonta maksaa käteisellä julkisissa liikennevälineissä. Käteistä suosivien kuluttajien osuus on laskussa kaikissa Pohjoismaissa. Suomessa osuus laskee 37 prosentista 14 prosenttiin, Norjassa 14 prosentista 3 prosenttiin, Ruotsissa 11 prosentista 3 prosenttiin ja Tanskassa 14 prosentista 6 prosenttiin.

Tämän luokan mobiilimaksujen määrä on kuitenkin suhteellisen vakio. Uusi matkasovellusvastausvaihtoehto vaikuttaa kuitenkin jälleen, sillä monet kuluttajat pitivät sitä mobiilimaksuna aiempien vuosien tutkimuksissa. Kuluttajien on hankala tietää, miten he todellisuudessa maksavat mobiilimaksuja – tapahtuuko se sovelluksen, matkapuhelimen vai pankkikortin kautta. Tästä voit lukea lisää mobiilimaksuja käsittelevässä luvussa sivulla 24.

Kortti



Palvelupisteet

Palvelupisteet määritellään fyysisiksi paikoiksi, jotka tarjoavat erityyppisiä palveluja, kuten hotellimajoitusta, kauneuspalveluja, rahansiirtoja, matkailukohteita, kemiallisia pesuloita ja niin edelleen. Tämä kategoria, johon kuuluu monenlaisia palvelupisteitä, on useimmissa tapauksissa ollut voimakkaiden paineiden alaisena pandemian vuoksi, ja sen kasvuluvut ovat olleet merkittävästi negatiivisia kaikissa Pohjoismaissa.

Verkkokauppa aiheuttaa myös vahvaa painetta monille alan toimialoille, kun yhä useammat palvelut siirtyvät verkkoon. Monet palvelut eivät kuitenkaan voi siirtyä verkkoon, koska ne ostetaan ja kulutetaan reaaliaikaisesti, kuten kampaamot ja niin edelleen. Pandemia aiheutti kuitenkin myös monille vakavia paineita. Näihin kuuluvat hotellit, nähtävyydet, viihde ja monet muut. Koko luokan kasvu oli jyrkästi negatiivista vuonna 2020 – esimerkiksi Norjassa jopa 44 prosenttia.

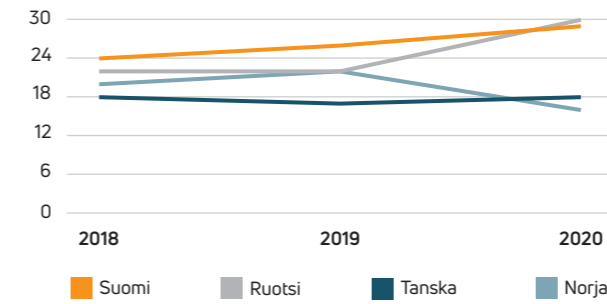
Alakategoria, johon nämä vaikutukset kohdistuvat eniten, on ehdottomasti majoitusala eli hotellit ja matkailukohteet jne. Kansainvälisten matkailijoiden puute oli valtava vuonna 2020, kun taas pohjoismaiset kuluttajat lomailivat kotimaassaan enemmän kuin koskaan aiemmin. Itse asiassa jotkin hotellit Pohjoismaissa olivat suhteellisen hyvin varattuja kesällä 2020. Hotellien kasvu oli kuitenkin kaiken kaikkiaan erittäin negatiivista.

Maksamisessa ja erityisesti majoitus- ja ravitsemusalaalla mobiilitrendi on vahva. Mobiililaitteita käytetään yhä useammin useissa asiakaspalvelun vaiheissa: ennakotilaukset, tilausten muuttaminen tarvittaessa ja maksaminen missä tahansa. Pandemia on vahvasti vaikuttanut digitalisointiin palvelukokemuksiin ja kontaktittomiin teknologioihin. Se, mitä kutsutaan käteväksi käden ulottuvilla olemiseksi ja itsepalveluksi, hoidetaan mobiiliratkaisulla sekä erillisillä itsepalvelupäätteillä. Monissa hotelleissa on nykyään myös automaattinen sisäänkirjautuminen.

Pandemia on vahvasti vaikuttanut digitalisointiin palvelukokemuksiin ja kontaktittomiin teknologioihin.

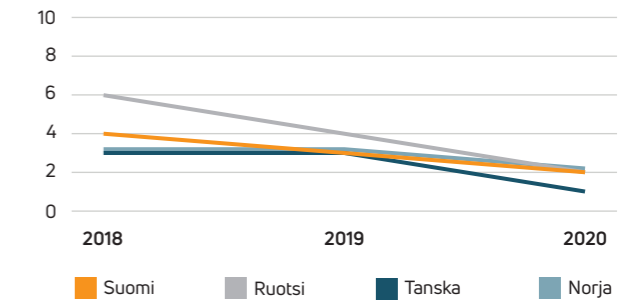
Suomi -19,1%
Ruotsi -35,6%
Tanska -17,4%
Norja -44,4%

Ei osta koskaan (%)



Niiden pohjoismaisten kuluttajien osuus, jotka eivät koskaan tee ostoksia palvelupisteessä, kasvoi merkittävästi vuonna 2020, erityisesti Ruotsissa ja Suomessa. Se kuitenkin väheni hieman Tanskassa ja Norjassa. Koska kategoria sisältää monia eri palvelupisteitä, on vaikea tehdä johtopäätöksiä. Joillakin alaluokilla, kuten viihteellä ja hotelleilla, on selvästi ollut hyvin vaikeaa, kun taas jotkin ala-kategoriat ovat pärjänneet melko tavalliseen tapaan.

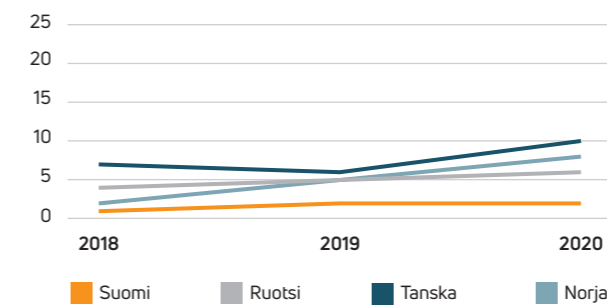
Ostaa 7–10 kertaa (%)



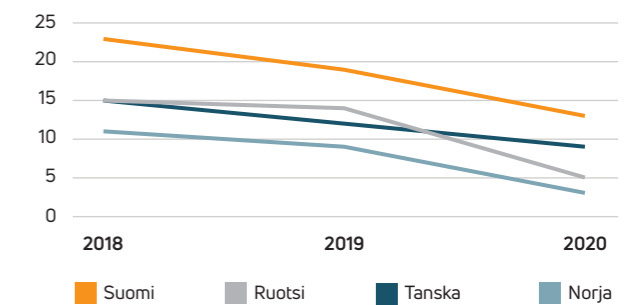
Kanta-asiakkaissa suuntaus on laskeva. Ruotsissa ja Tanskassa enemmän kuin Norjassa ja Suomessa, mutta nämä ovat alhaisia tasoja. Voidaan todeta, että vain muutama prosentti kuluttajista teki usein ostoksia tässä luokassa – ehdottomasti kova isku eri aloille.

Mieluisin maksutapa (%)

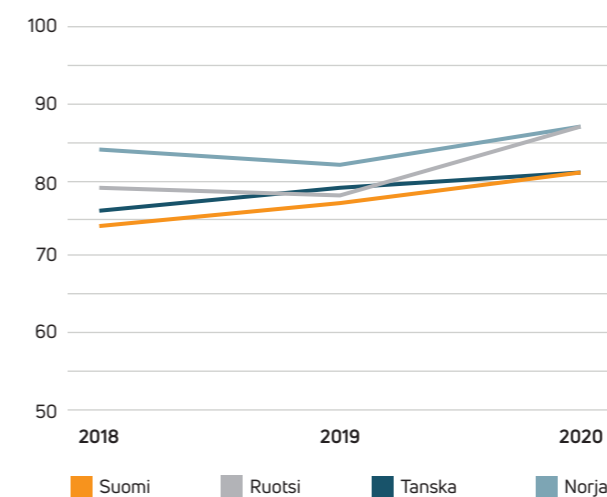
Mobiilimaksaminen



Käteinen



Kortti



Maksutapojen osalta ei ole ihme, että kortti on tässäkin luokassa suurin – ja suuntaus on jälleen kasvava. Yli kahdeksan kymmenestä kuluttajasta suosii kortteja palvelupisteissä. Eniten Ruotsissa ja Norjassa ja vähiten Suomessa ja Tanskassa, mutta jälleen erot ovat pieniä.

Käteisen suuntaus on laskeva myös palvelupisteissä. Norjassa ja Ruotsissa käteismaksua suosivien kuluttajien osuus on laskenut kahdella kolmanneksella, ja Tanskassa ja Suomessa osuus on laskenut melko merkittävästi. Suomi on kuitenkin ainoa maa, jossa yli kymmenen prosenttia suosii käteistä tässä luokassa.

Sitä vastoin palvelupisteessä suoritettavat mobiilimaksut lisääntyvät kaikissa maissa paitsi Suomessa, jossa ne pysyvät ennallaan. Sekä Tanskassa että Norjassa kasvu on voimakasta, ja Tanskassa mobiilimaksamista suosivien kuluttajien osuus on nyt joka kymmenes – jälleen kerran ennätyskorkea. Kolmessa neljästä maasta mobiilimaksaminen on nyt käteistä suosituimpi maksutapa kyseisessä luokassa.

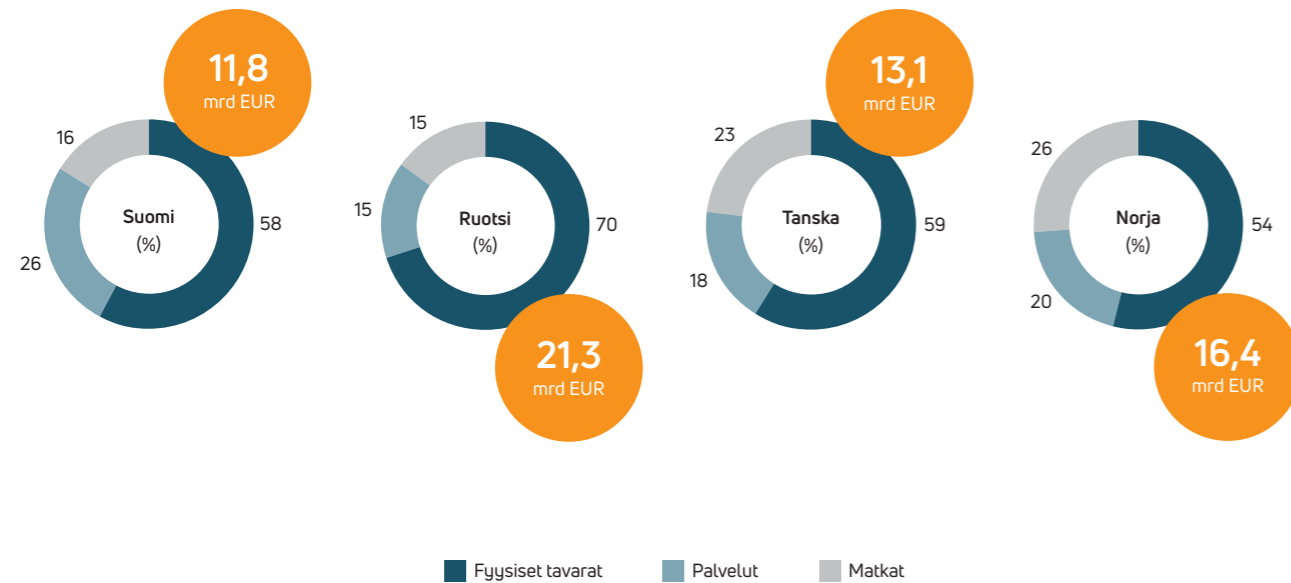
Verkkokauppa

Sähköisellä kaupankäynnillä tarkoitetaan kaikkea verkkokauppaa: tuotteita, palveluja ja matkustamista. Myyntikanava on kasvanut erittäin voimakkaasti jo vuosia, mutta laski ensimmäistä kertaa kaikissa Pohjoismaissa vuonna 2020. Tarkempia tietoja löytyy Netsin erillisessä verkkokaupparaportissa.

Pohjoismaiset verkkokaupparaportit sekä supistuivat että kasvoivat vuonna 2020. Kuluttajien kokonaiskulutus verkossa laski dramaattisesti, pääasiassa siksi, että matkoja ei ostettu juuri lainkaan. Samaan aikaan tuoteostot lisääntyivät voimakkaasti.

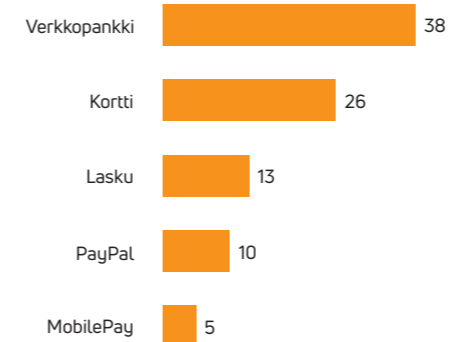
Verkkokulutus Pohjoismaissa laski viime vuoteen verrattuna peräti 22 miljardia euroa, 84 miljardista eurosta 62 miljardiin euroon. Pohjoismaiden verkkokaupparaportit ovat edelleen selvästi suurimmat Ruotsissa, jossa on eniten verkossa ostavia kuluttajia – yli 7 miljoonaa. Siellä kulutus oli noin 21,3 miljardia euroa vuonna 2020, laskua oli kuitenkin lähes 10 miljardin euron edestä. Toiseksi sijoittui Norja 16,4 miljardilla eurolla, seuraavaksi Tanska 13,1 miljardilla eurolla ja Suomi 11,8 miljardilla eurolla. Tuotteet olivat suurin kategoria kaikissa maissa, sillä matkustaminen väheni voimakkaasti ja kuluttajat tekivät ostoksia verkossa enemmän kuin koskaan.

Yleisestä laskusta huolimatta verkkokauppa on saanut merkittävää lisäpotkua tulevaisuutta ajatellen kaikissa maissa. Jo ennestään vahva digitalisaatio on saanut suuren sysäyksen ja hyödyttää sähköistä kaupankäyntiä. Verko-ostosten kasvava trendi jatkuu. Tämä on suuri haaste monille fyysisille vähittäiskauppiaille. Kuluttajat haluavat kuitenkin aina käydä ostoksilla fyysisissä myymälöissä, mutta he eivät tee sitä enää niin paljon kuin ennen. Monikanavaisuus on myös yhä tärkeämpää.

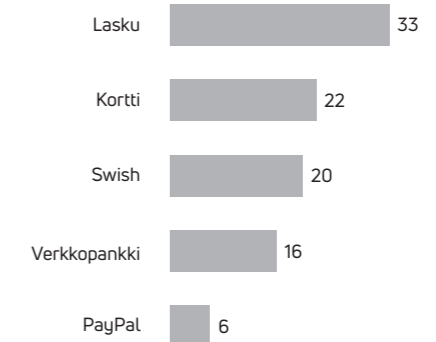


Mieluisin maksutapa (%)

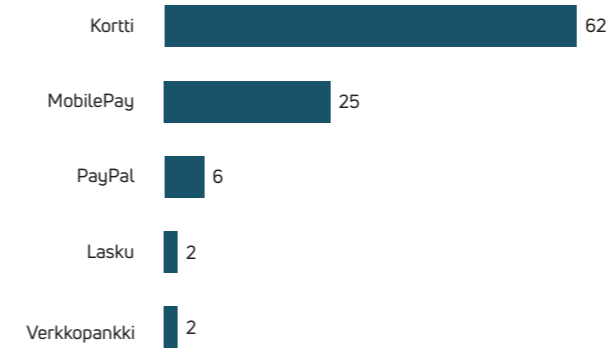
Suomi



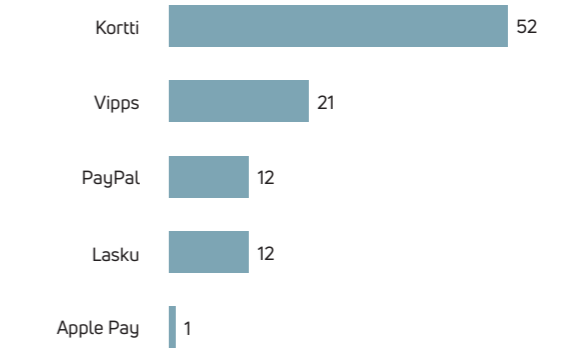
Ruotsi



Tanska



Norja



Pohjoismaiden kuluttajien välillä on suuria eroja siinä, miten he haluavat maksaa verkko-ostoksiaan.

Kortit ovat hallitsevia sekä Tanskassa että Norjassa. Täällä yli puolet kuluttajista suosii kortteja. Mobiilimaksut ovat toiseksi suosituimpia molemmissa maissa, ja Paypal on kolmannella sijalla. Norjassa useampi kuin joka kymmenes kuluttaja suosii laskua, mutta Tanskassa vain kaksi prosenttia.

Sekä Ruotsi että Suomi erottuvat. Lasku on ensimmäistä kertaa noussut suosituimmaksi maksutavaksi Ruotsissa, mikä on ainutlaatuista. Suomessa kuluttajat suosivat edelleen suoraa maksua verkkopankin kautta. Kortit ovat toiseksi suosituin maksutapa molemmissa maissa, ja noin neljäsosa kuluttajista suosii sitä. Ruotsissa mobiilimaksaminen on kolmannella sijalla ja Suomessa viidennellä. Noin joka kymmenes kuluttaja suosii Paypalia.

Kuluttajien välillä on suuria eroja siinä, miten he haluavat maksaa verkko-ostoksiaan.

Maksut

Tapa, jolla maksamme fyysisessä kaupassa, on syvään juurtunut, ja sitä on vaikea muuttaa. Viime vuosina maksutavoissa on kuitenkin tapahtunut enemmän muutoksia kuin koskaan. Käteinen on vähentynyt voimakkaasti, ja mobiilimaksaminen on noussut esiin uutena maksutapana.

Korttimaksu on edelleen hallitsevassa asemassa fyysisen vähittäiskaupan alalla. Tähän vaikuttaa osaltaan se, että Pohjoismaiden korttimaksuinfrastruktuuri on yksi maailman kattavimmista. Sitä edistää myös bonuspisteiden tai muiden maksukortteihin liittyvien lisäarvopalvelujen lisääntyvä käyttö. Jopa 90 prosenttia pohjoismaisista kuluttajista suosii kortteja, ja kauppiaat pärjäävät selvästi hyvin, kun he hyväksyvät kortit maksutapana. Kuluttajat suosivat kortteja siksi, että ne koetaan helppona ja nopeana maksutapana, mutta myös koska ollaan tottuneita käyttämään kortteja.

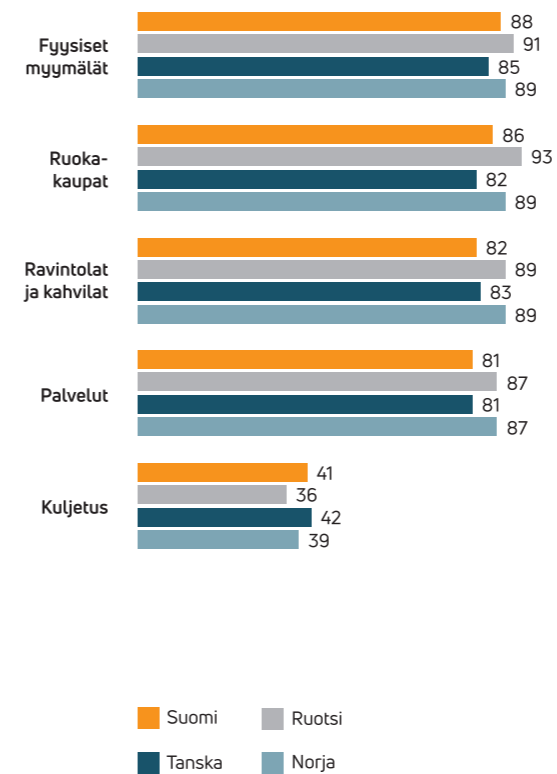
Käteisen suuntaus on edelleen laskeva, ja koronapandemia kiihdytti sitä osaltaan. Maksutavan hyväksyminen on myös käteisen rahan käsittelyyn liittyvien kiinteiden kustannusten vuoksi tulossa kauppiaille suhteellisesti kalliimmaksi. Käteinen ei ole enää edes toiseksi suurin maksutapa joissakin luokissa, ja se on jossain määrin hyödyttänyt mobiilimaksamista. Vain pieni osa pohjoismaisista kuluttajista suosii nykyään käteistä rahaa.

Mobiilimaksaminen on suhteellisen uusi tulokas maksualalla, ja se on viime vuosien jännittävin kehitysaskel. Maksutavan suuntaus on nouseva, mutta muutos on hidaskä. Mobiilimaksuja ei vielä hyväksytä kaikissa fyysisissä myymälöissä. Mobiilimaksamisen tulo myötä fyysisiin kauppoihin on tullut uusia maksutapoja, jotka kilpailevat kuluttajien suosiosta. Mobiilimaksamista suosii 2-14 prosenttia pohjoismaisista kuluttajista eri vähittäiskaupparyhmissä.

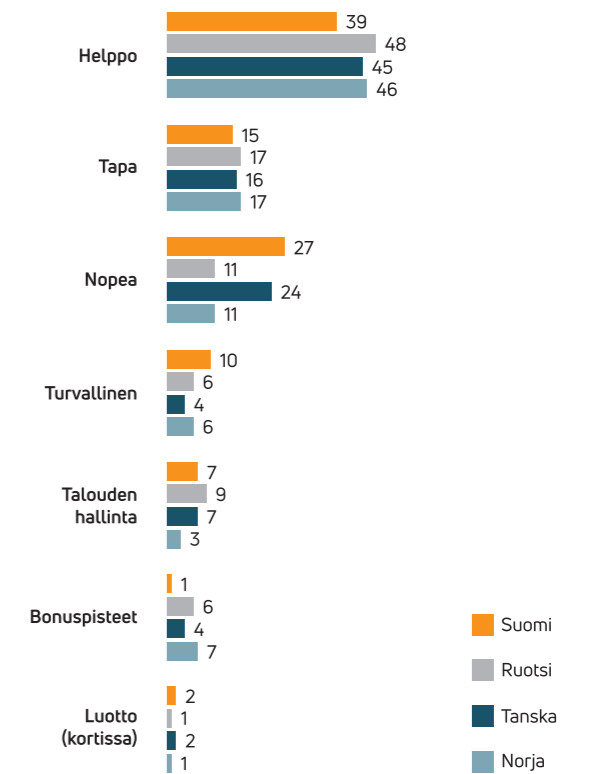
Kortit ovat ylivoimaisesti suosituin maksutapa Pohjoismaissa.

Kortit

Korttimaksuja suosivien osuus (%)



Syyt korttimaksamisen suosimiseen (%)



Kortit ovat ylivoimaisesti suosituin maksutapa Pohjoismaissa. Se dominoi kaikissa vähittäiskaupan kategorioissa ja maissa, ja jopa 90 prosenttia kuluttajista suosii kortteja maksutapana fyysisissä kaupoissa. Liikenne-kategoriassa kortit ovat vähiten suosittuja, sillä matkasovellukset ovat yleisiä.

Suuntaus on jopa nouseva, mikä johtuu pääasiassa käteisen käytön vähenemisestä. Mobiilimaksamisen yleistyminen ei ole katkaisemassa tätä suuntausta. On syytä huomata, että monet mobiilimaksuratkaisut ovat yhteydessä korttiin ja käyttävät kortti-infrastruktuuria, mutta kuluttajat pitävät mobiilimaksamista kaupoissa yleensä erillisenä maksutapana.

Kuluttajat suosivat maksukortteja, koska se on helpointa ja nopeinta – ja myös totumuksen vuoksi. Myös bonuspisteisiin ja muihin kanta-asiakasjärjestelmiin liittyvät kortit lisäävät yhä enemmän korttien käyttöä erityisesti päivittäistavarakaupassa.

Kuluttajat eivät kuitenkaan pidä kortteja turvallisimpana maksutapana, vaikka vain harva on joutunut korttipetoksen uhriksi ja kuluttajansuoja korttipetoksia vastaan on vahva. Se, että kuluttajat eivät pidä korttimaksuja täysin turvallisina, selittyy osittain sillä, että korttipetoksia käsitellään tiedotusvälineissä suhteellisen paljon, sekä sillä, että kortinmyöntäjät eivät aktiivisesti markkinoi korttimaksuihin liittyvää kuluttajansuojaa.

Lähimaksut

Lähimaksut ovat nopeita ja helppoja. Käyttö on lisääntynyt hyvin voimakkaasti Pohjoismaissa viime vuosina, kun tekniikka on tullut laajalti saataville ja maksurajoja on nostettu. Koronapandemia oli myös vahva ajuri vuonna 2020.

Lähimaksuja kutsutaan "pyyhkäisyksi", sillä kortinhaltija pitää korttia maksupäätteen päällä suorittaakseen maksutapahtuman ilman PIN-koodia alle 50 euron suuruisissa maksusuorituksissa. Se on nopeaa ja helppoa, eikä fyysisistä kontakteja maksupäätteeseen tarvita.

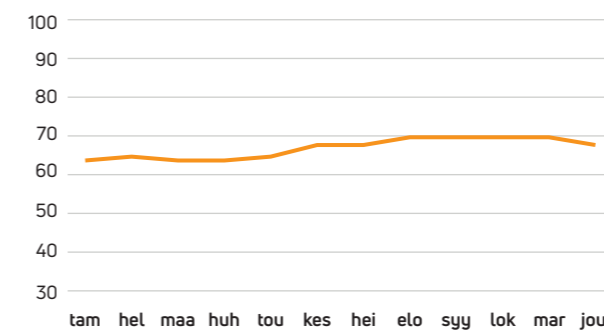
Lähes kaikki pohjoismaisten pankkien kortit ovat varustettuja lähimaksuominaisuudella. Samaan aikaan hyvin suuri osa kauppiaiden maksupäätteistä hyväksyy nykyään lähimaksuja. Tekniikka on nimeltään NFC, joka on sama kuin joissakin mobiilimaksuissa. Pohjoismaat ovat kärjessä lähimaksujen käytössä, mutta niiden osuus on nyt suhteellisen suuri myös muissa Euroopan maissa. Erityisesti pandemia on saanut kuluttajat maksamaan lähimaksuilla, ja se on saattanut hillitä tartuntojen leviämistä. Kehitys Pohjoismaissa – ja muualla maailmassa – tulee todennäköisesti näyttämään samankaltaiselta kuin Tanskassa. Käyttö lisääntyy tasaisesti yli 80 prosentin tasolle.



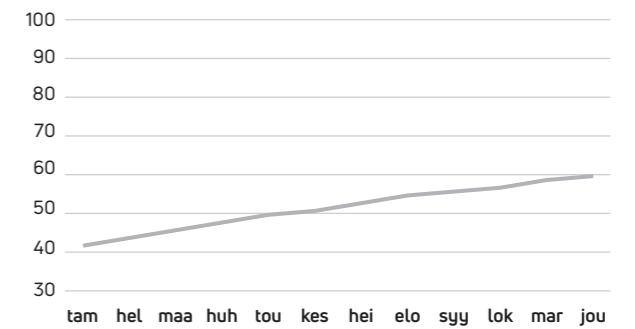
Erityisesti pandemia on saanut kuluttajat maksamaan lähimaksuilla, ja se on saattanut hillitä tartuntojen leviämistä.

Lähimaksujen osuus kaikista korttimaksuista (%)

Suomi



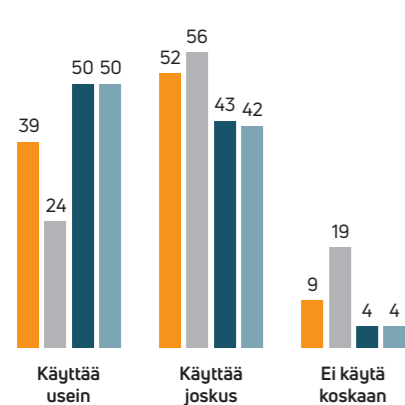
Ruotsi



Suomessa lähimaksut ovat olleet laajalti saatavilla yhtä kauan kuin Tanskassa, ja niiden osuus on nyt suunnilleen samalla tasolla kuin muissa maissa – mutta oli pitkään edellä sekä Norjaa että Ruotsia. Kasvu vuonna 2020 oli kuitenkin suhteellisen vaatimaton – 64 prosentista 68 prosenttiin.

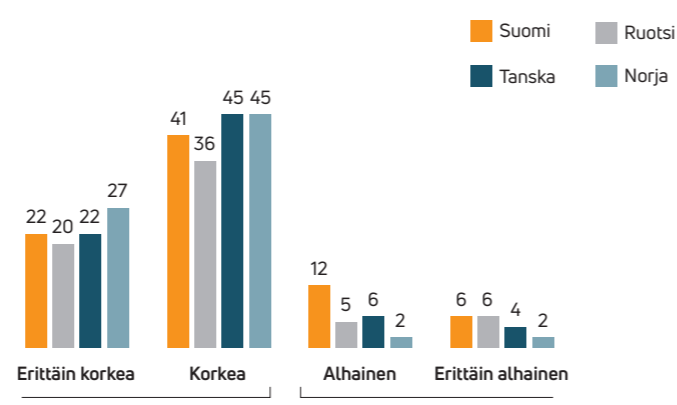
Pohjoismaisesta näkökulmasta katsottuna Ruotsissa lähimaksujen laajamittainen käyttöönotto tapahtui melko myöhään, ja se on edelleen jonkin verran jäljessä naapureistaan. Netsin omien korttitilastojen mukaan käyttö on kuitenkin lisääntynyt Ruotsissa dramaattisesti kahden viime vuoden aikana. Vuonna 2020 lähimaksujen osuus kaikista korttimaksuista kasvoi 44 prosentista 62 prosenttiin.

Lähimaksamisen käyttö (%)



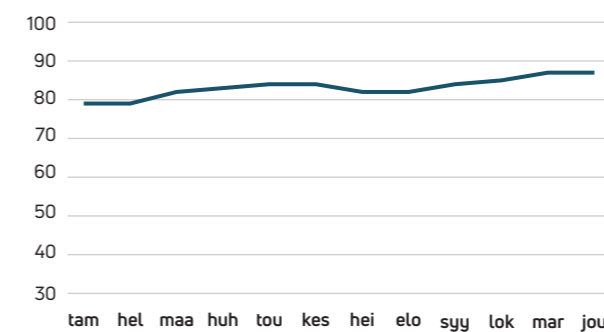
Sekä Tanskassa että Norjassa lähimaksuvälineitä käyttävien kuluttajien osuus on huikeat 95 prosenttia. Puolet käyttää sitä usein. Suomessa osuus on yhdeksän kymmenestä. Viimeisenä on Ruotsi, jossa kahdeksan kymmenestä kuluttajasta käyttää maksutapaa. Täällä myös usein käyttävien käyttäjien osuus on pienin.

Arvostaa lähimaksamista (%)



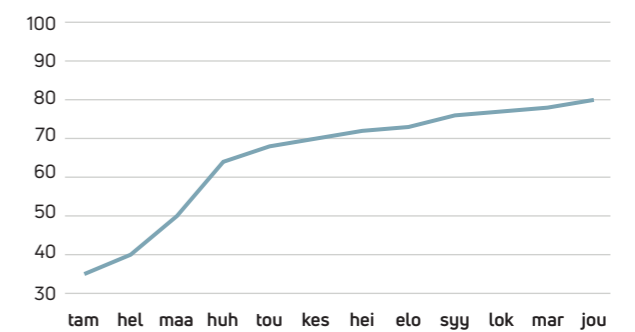
Kuluttajat arvostavat myös lähimaksuja vuosi vuodelta enemmän. Enemmistö kuluttajista kaikissa Pohjoismaissa arvostaa tätä maksutapaa nyt paljon tai erittäin paljon. Norjassa peräti 72 prosenttia, kun se vuonna 2018 oli vain 14 prosenttia. Myös Ruotsissa kuluttajien arvostus on noussut jyrkästi vuodesta 2018 – 21 prosentista 56 prosenttiin.

Tanska



Tanska on Pohjoismaiden mestari lähimaksamisessa. Luultavasti myös maailmanmestari. Täällä tekniikka on ollut laajalti saatavilla pisimpään Pohjoismaissa, ja lähimaksujen osuus kaikista korttimaksuista oli vuoden 2020 lopussa uskomattomat 87 prosenttia.

Norja



Norja otti lähimaksut yleisesti käyttöön vasta myöhään. Kasvu on nyt huomattavaa – lähimaksujen osuus yli kaksinkertaistui vuoden 2020 aikana: 35 prosentista 80 prosenttiin.

Käteinen

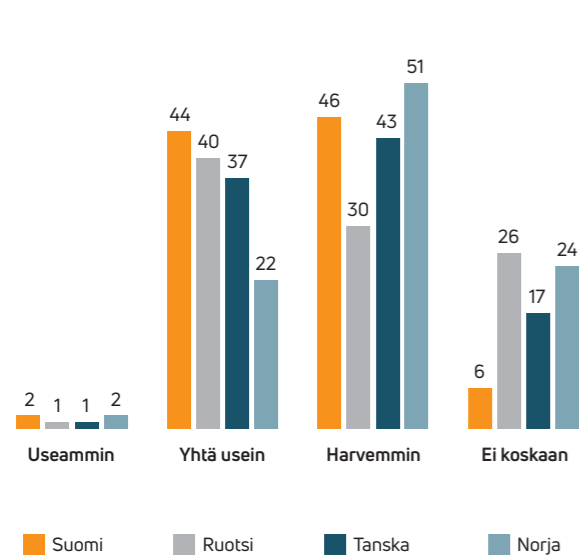
Käteistä on käytetty jo ammoisista ajoista lähtien, ja se oli pitkään yhteiskuntiemme maksuväline. Digitalisaation myötä käteisen käyttö on kuitenkin viime vuosina vähentynyt jyrkästi kaikissa Pohjoismaissa. Koronapandemia kiihdytti tätäkin trendiä.

Liikkeellä olevan käteisen rahan määrä on kaikissa Pohjoismaissa pienempi kuin koskaan. Kuluttajat maksavat nykyään tuskin lainkaan käteisellä, vaikka Suomi on tietyiltä osin poikkeus. Kauppiaille käteisrahan käsittelyn suhteelliset kustannukset ovat yhä suuremmat, koska siihen liittyy suuri määrä kiinteitä kustannuksia. Asiakkaiden käteisen rahan käytön väheneminen merkitsee näin ollen kustannusten suhteellista kasvua. Monille kauppiaille käteisen hyväksyminen ei ole enää järkevää, mikä näkyy täysin käteisettömien myymälöiden kasvavassa määrässä.

Ruotsissa käteisen rahan määrä on vähentynyt dramaattisesti vuodesta 2010, ja se on maailman alhaisin. Ruotsin keskuspankki odottaa, että käteisettömään yhteiskuntaan päästään noin vuonna 2030. Se voisi olla maailman ensimmäinen maa, joka toimii kokonaan ilman käteistä. Kuluttajien usko käteisettömään yhteiskuntaan on kuitenkin vahvempi Norjassa ja Tanskassa, kun taas Suomessa se on heikompi. Täällä käteisen käyttö on perinteisesti ollut voimakasta, mutta viime aikoina se on vähentynyt jyrkästi.

Myös Ruotsissa ja muualla on jonkin verran vastustusta käteisettömään yhteiskuntaa kohtaan. Tämä on luonnollista, koska kehitys on voimakkainta juuri täällä, ja kysymys on monimutkainen – kaikkia vastauksia ei ole vielä saatavilla. Myös useiden maiden keskuspankeilla on kauaskantoisia suunnitelmia digitaalisen rahan käyttöönotosta vastapainoksi tälle kehitykselle. Tätä kehitystä on mielenkiintoista seurata, ja sillä voi olla merkittäviä vaikutuksia.

Käteisen käyttö ennen ja jälkeen koronan (%)

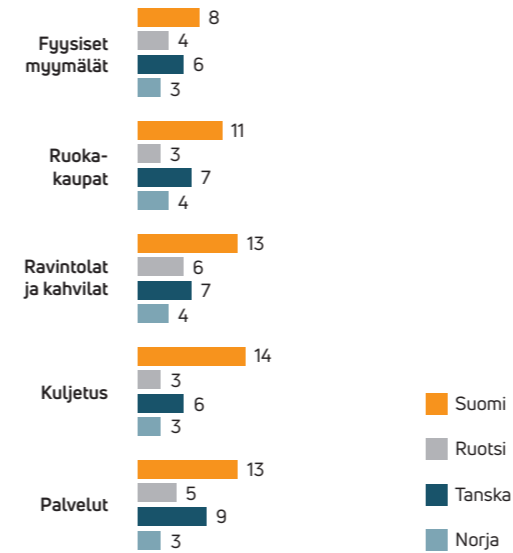


Pandemia on kiihdyttänyt käteisen rahan käytön vähenemistä kaikissa Pohjoismaissa – erityisesti Suomessa. Tämä johtui osittain siitä, että käyttäjät halusivat välttää tartuntojen leviämisen käteistä käsiteltäessä, ja osittain siitä, että käyttäjät ovat käyneet kaupoissa sekä perinteisesti käteistä rahaa käyttävissä ympäristöissä, kuten ravintoloissa ja kahviloissa, vähemmän määrin.

Muutos on suurin Norjassa ja Suomessa. Noin puolet näiden maiden kuluttajista käyttää käteistä harvemmin kuin ennen pandemiaa. Tanskassa osuus on 43 prosenttia ja Ruotsissa vain 30 prosenttia. Ruotsissa on kuitenkin eniten kuluttajia, jotka eivät koskaan käytä käteistä, hieman yli neljännes. Norja sijoittuu toiseksi 24 prosentin osuudella ja kolmanneksi Tanska 17 prosentin osuudella. Vain kuusi prosenttia suomalaisista kuluttajista ei käytä koskaan käteistä. Täällä käteisen suuntaus on kuitenkin voimakkaimmin laskeva, ja perinteisestä käteispainotteisesta käytöstä on siirrytty seuraamaan muiden Pohjoismaiden suuntausta.

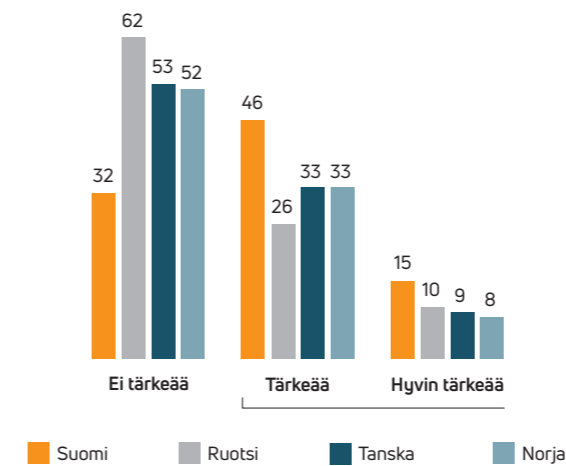
Monille kauppiaille käteisen hyväksyminen ei ole enää järkevää.

Käteistä suosivien osuus (%)



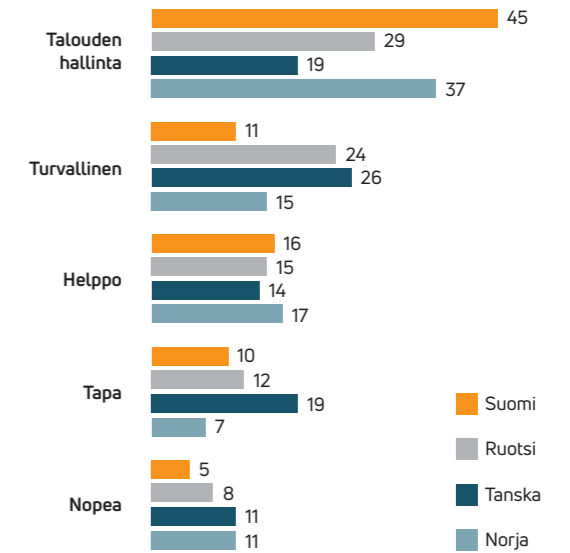
Käteinen ei ole enää edes toiseksi suosituin maksutapa. Suomi on poikkeus, mutta täälläkin käteisen rahan suosiminen on jyrkässä laskussa. Sekä Tanskassa että Norjassa kuluttajat suosivat nykyään mobiilimaksamista käteisen sijaan kaikissa kauppaluokissa. Ruotsissa näitä kahta eri maksutapaa suositaan nykyään yhtä paljon.

Arvostaa käteistä (%)



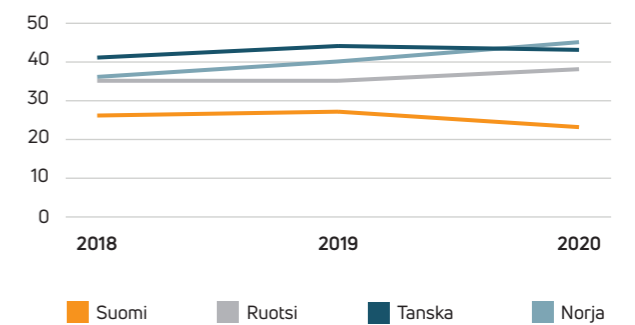
Enemmistö pohjoismaisista kuluttajista – jälleen Suomea lukuun ottamatta – on nykyään sitä mieltä, että käteisellä ei ole merkitystä. Vuonna 2018 tilanne oli päinvastoin. Listan kärjessä on Ruotsi, jossa peräti 62 prosenttia kuluttajista sanoo, ettei käteisellä ole merkitystä. Tanskassa ja Norjassa osuus on hieman yli puolet ja Suomessa vajaa kolmannes. Suomessa suurin osa pitää käteistä tärkeänä.

Syy suosia käteistä (%)



Ne kuluttajat, jotka edelleen suosivat käteistä rahaa – ja näin on kaikissa maissa ja kaikissa ikäryhmissä – tekevät niin, koska he haluavat hallita raha-asioitaan. Sitä pidetään myös turvallisimpana maksutapana, ja osittain siksi, että se on helppoa, sekä tottumuksen vuoksi.

Uskoo käteisettömään yhteiskuntaan (%)



Suurin osa pohjoismaisista kuluttajista ei vieläkaan usko käteisettömään yhteiskuntaan. Tämä on ymmärrettävää, koska vielä ei ole selkeää kuvaa siitä, miltä käteisettömän yhteiskunta näyttäisi. Vuoteen 2018 verrattuna uskomus on kuitenkin lisääntynyt tasaisesti, erityisesti Norjassa. Tanskassa ja Ruotsissa kasvu on muutama prosenttiyksikkö, kun taas Suomessa se on itse asiassa hieman laskenut. Olemme hieman jäljessä naapureitamme, mutta käteisen käyttö vähenee toisaalta eniten.

Mobiilimaksut

Mobiilimaksaminen on suhteellisen uusi maksutapa, joka on hitaasti mutta tasaisesti yleistymässä. Kuluttajat käyttävät näitä maksuja eniten Tanskassa, jossa mobiilimaksaminen on nykyään suosituimpaa kuin käteinen.

Vuonna 2017 globaalit toimijat alkoivat lanseerata mobiilimaksujaan useilla kansalliset tuotemerkit alkoivat olla pohjoismaisilla markkinoilla, ja myös yhä enemmän kuluttajien käytössä. Sen jälkeen maksutavan käyttö on lisääntynyt jonkin verran, mutta hitaasti. On useita tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, miten kuluttajat käyttävät mobiilimaksamista fyysisissä ympäristöissä. Osittain tekniikka ja se, että lähimaksukortteja on vaikea voittaa, sekä taistelu eri mobiilimaksamisen tuotemerkkien välillä – globaalien ja kansallisten.

Mobiilimaksamisen alalla käydään mielenkiintoista taistelua: Applen ja Samsungin kaltaiset globaalit jättiläiset yhteistyössä Mastercardin ja Visan kanssa ovat toisella puolella ja kansallisten pankkien tukemat toimijat toisella. Yksi syy laajamittaisen käyttöönoton viivästyneeseen on osittain tekniikka: globaalit toimijat käyttävät NFC:tä (lähimaksamista) ja paikalliset

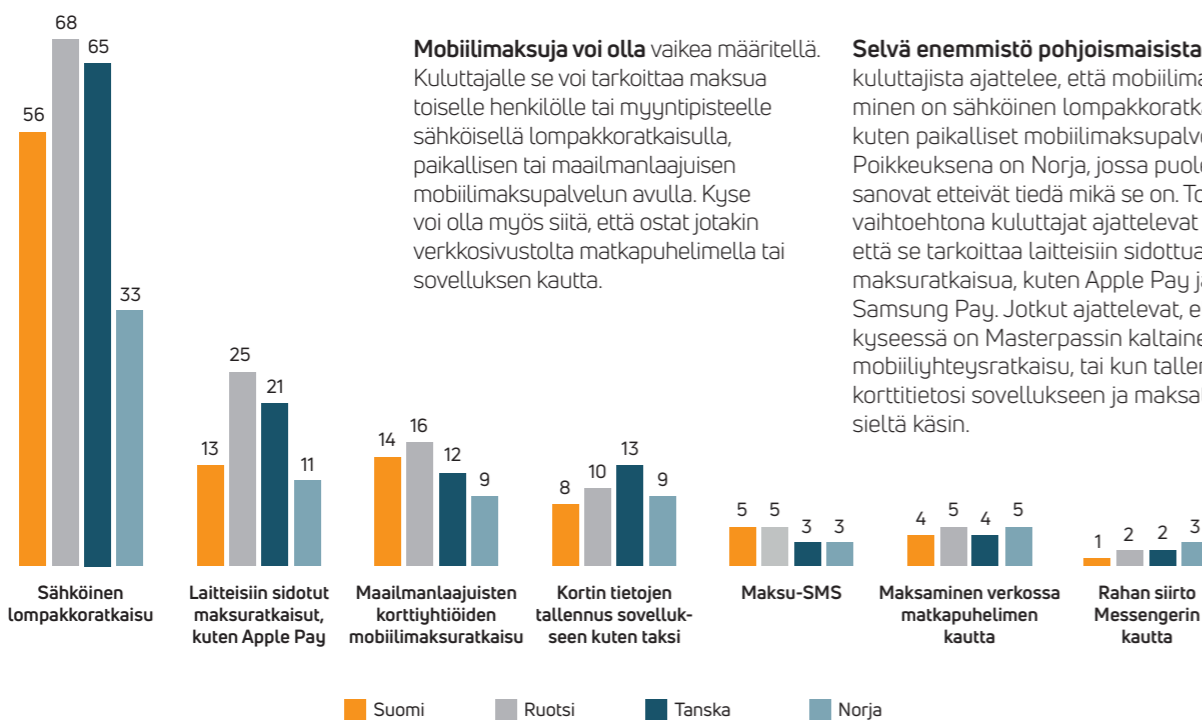
toimijat Bluetoothia tai QR-koodeja. QR-koodit ovat hankalampia kuin NFC.

Kauppiaat saattavat kokea tämän muutoksen monimutkaiseksi, ja heillä on vaikeuksia seurata kaikkia mobiilimaksuja ja -teknologioita. Koska sekä ApplePay että SamsungPay käyttävät samaa tekniikkaa kuin lähimaksukortit, maksupäätteisiin ei tarvita uusia laitteita. Paikalliset toimijat, kuten MobilePay, Swish, Vipps ja muut, tarvitsevat kuitenkin lisälaitteita tai uusia päätelaitteita, joihin tämä tekniikka on integroitu. Teknologinen kehitys on kuitenkin käynnissä, ja se tukee myös näitä mobiilimaksuja.

Koska paikalliset mobiilimaksut ovat kuitenkin vahvoja tuotemerkkejä kuluttajien keskuudessa, niiden mahdollisuudet vakiinnuttaa asemansa fyysisissä ympäristöissä käytettävänä maksutapoina ovat suhteellisen hyvät. Mobiilimaksaminen tuskin kuitenkaan muuttaa maksamisen maisemaa kovinkaan paljon.



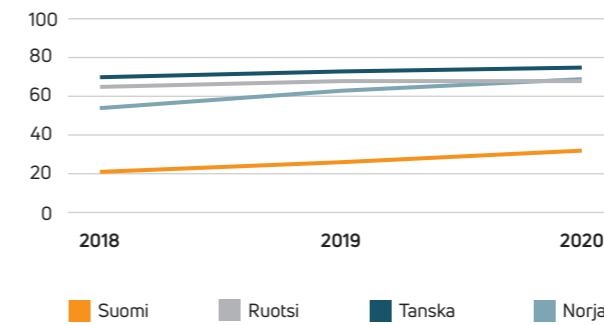
Mikä on kuluttajille tarkoitettu mobiilimaksu? (%)



Mobiilimaksuja voi olla vaikea määritellä. Kuluttajalle se voi tarkoittaa maksua toiselle henkilölle tai myyntipisteelle sähköisellä lompakoratkaisulla, paikallisen tai maailmanlaajuisen mobiilimaksupalvelun avulla. Kyse voi olla myös siitä, että ostat jotakin verkkosivustolta matkapuhelimella tai sovelluksen kautta.

Selvä enemmistö pohjoismaisista kuluttajista ajattelee, että mobiilimaksaminen on sähköinen lompakoratkaisu, kuten paikalliset mobiilimaksupalvelut. Poikkeuksena on Norja, jossa puolet sanovat etteivät tiedä mikä se on. Toisena vaihtoehtona kuluttajat ajattelevat että se tarkoittaa laitteisiin sidottua maksuratkaisua, kuten Apple Pay ja Samsung Pay. Jotkut ajattelevat, että kyseessä on Masterpassin kaltainen mobiiliyhteysohjelma, tai kun tallennat korttitietosi sovellukseen ja maksat sieltä käsin.

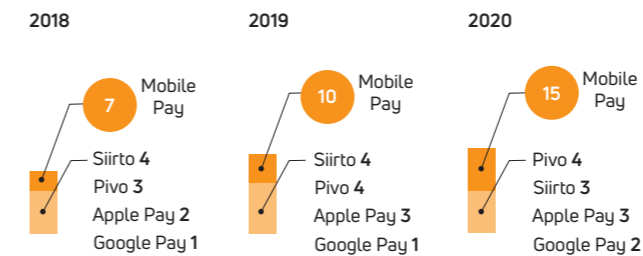
Mobiilimaksamisen käyttö fyysisissä ympäristöissä (%)



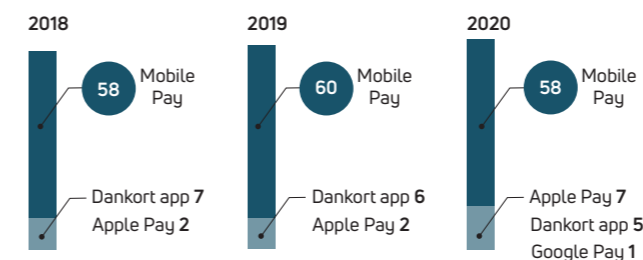
Pohjoismaisten kuluttajien mobiilimaksamisen käyttö fyysisissä ympäristöissä on lisääntynyt tasaisesti viime vuosina. Norjassa ja Suomessa kasvu on ollut merkittävää vuodesta 2018, kun taas Tanskassa ja Ruotsissa kasvu on ollut vaatimattomampaa. Tanskassa kuitenkin jo kolme neljäsosaa kuluttajista käyttää mobiilimaksuja fyysisissä ympäristöissä. MobilePay on menestynyt, koska sovellus on itsenäinen ja sen ympärille on luotu useita erilaisia ratkaisuja.

Suosituimmat mobiilimaksamisen tavaramerkit

Suomi (%)

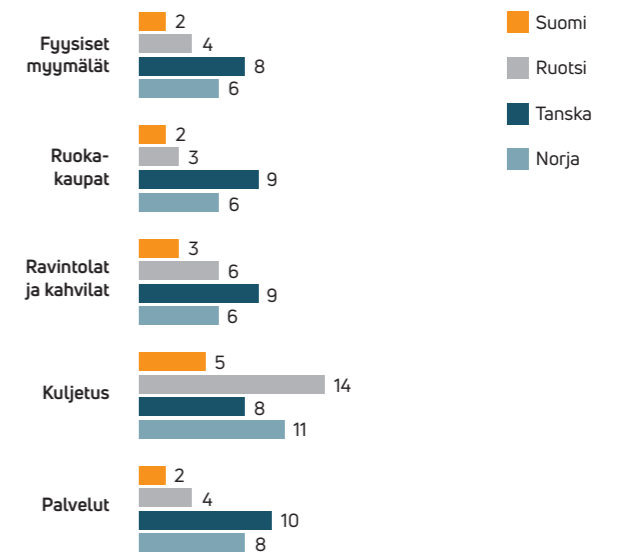


Tanska (%)



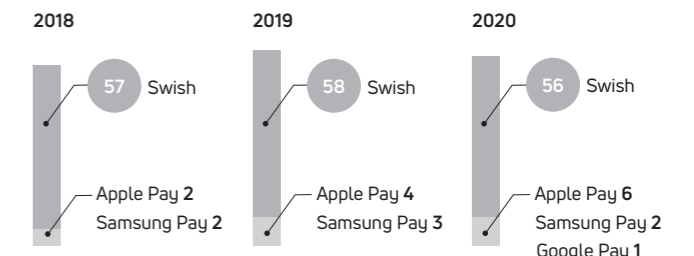
Kansalliset brändit ovat ylivoimaisesti suosituimpia pohjoismaisten kuluttajien keskuudessa. Yli puolet kuluttajista suosii näitä mobiilimaksuja. Suomessa tilanne on kuitenkin hajanaisempi, sillä Suomessa on useita eri tuotemerkkejä. Täällä ei ole samanlaista pankkien välistä sopimusta panostaa yhteen tuotemerkkiin kuin naapurimaissa. Tämä vaikeuttaa kuluttajien valintaa eri tuotemerkkien välillä ja niiden

Mobiilimaksuja suosivien osuus (%)

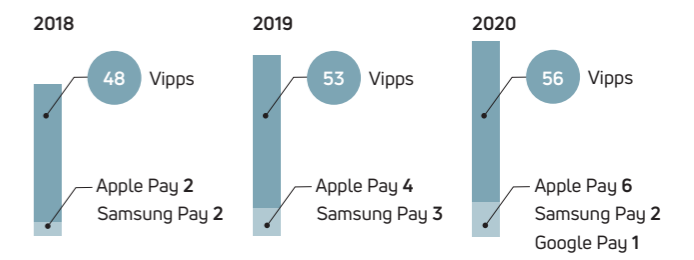


Mobiilimaksamisen suosiminen vähittäiskaupan kuluttajaryhmien keskuudessa on lisääntynyt viime vuosina, mutta se on edelleen vähäistä: kuluttajien keskuudessa se on 2-14 prosenttia. On kuitenkin historiallista, että käteisrahaan perustumaton maksutapa on toiseksi suurin kaikissa kaupparyhmissä Tanskassa ja Norjassa. Ruotsissa se on suurin vain liikenne-kategoriassa, kun taas Suomessa se ei ole suurin missään kategoriassa.

Ruotsi (%)



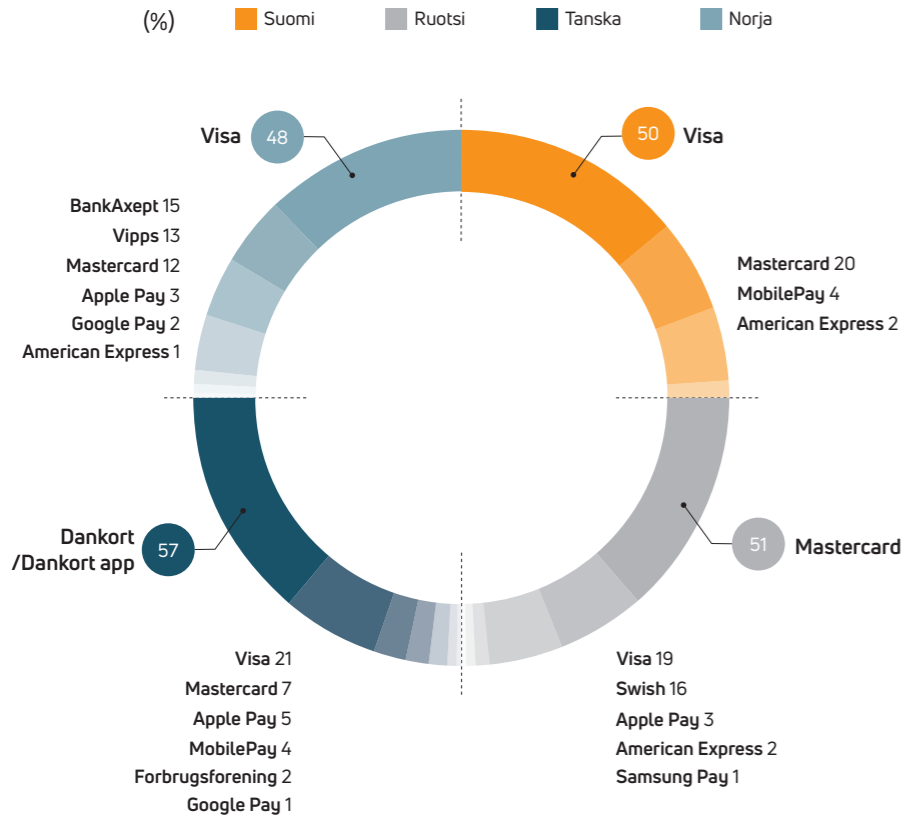
Norja (%)



käyttöön tottumista. Suomessa Danske Bank on edistänyt MobilePayta, joka on kannattanut, ja jonka seurauksena se on huomattavasti suurempi kuin kansalliset tuotemerkit.

Apple Payn ja Samsung Payn kaltaisia maailmanlaajuisia merkkejä suosii edelleen vain muutama prosentti pohjoismaisista kuluttajista. Apple Pay on kuitenkin nousussa.

Maksutavat



Pohjoismaissa on useita vahvoja ja joitakin vähemmän vahvoja maksutuotemerkkejä, kun on kyse kuluttajamaksuista fyysisissä ympäristöissä. Maailmanlaajuiset maksupalvelut ovat hallitsevassa asemassa, mikä johtuu pääasiassa korttimaksuista. Vahvoja paikallisia maksupalveluja on myös olemassa.

Visa ja MasterCard ovat selvästi hallitsevia maksutuotemerkkejä pohjoismaisten kuluttajien keskuudessa fyysisissä ympäristöissä. Sekä Tanskassa että Norjassa kansallisilla korteilla on kuitenkin erittäin vahva asema. Dankort osoittaa voimakasta kasvua vuodesta 2018 – kuluttajien suosio nousi 47 prosentista 57 prosenttiin vuonna 2020. Norjassa Bankaxept on vahva, mutta kuluttajat eivät miellä tuotemerkkiä samalla tavalla kuin tanskalaiset Dankortin.

Paikalliset mobiilimaksut haastavat kuitenkin yhä useammin globaaleja tuotemerkkejä. Esimerkiksi Visan markkinaosuus on kutistunut kaikissa maissa vuodesta 2018 lähtien, osittain Mastercardin hyväksi, mutta myös paikallisten maksutapojen vuoksi, lähinnä Norjassa ja Ruotsissa. Ruotsissa Swish kasvoi voimakkaasti vuodesta 2018, 6 prosentista 16 prosenttiin. Vipps on kasvanut voimakkaasti Norjassa. Pohjoismaisten kuluttajien mieltymys muihin tuotemerkkeihin on yleisesti ottaen ennallaan.

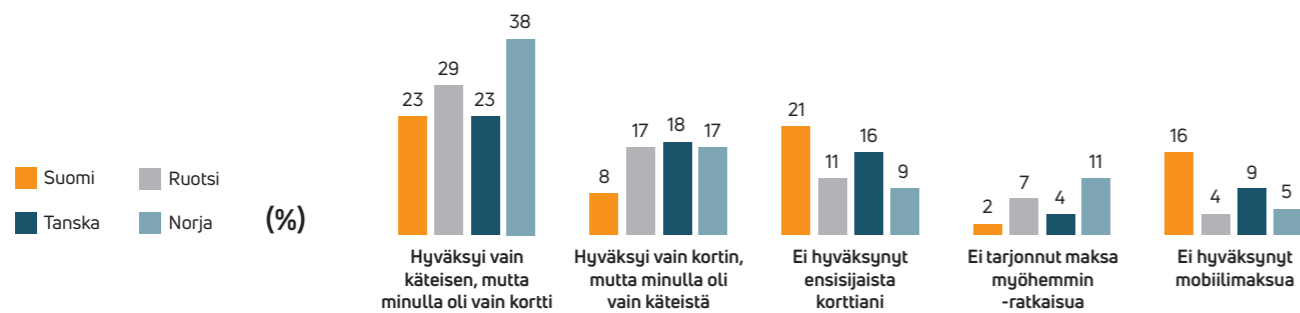
Keskeytyneet ostot

Osa kuluttajista keskeyttää ostoksensa fyysisissä kaupoissa maksutavan vuoksi. Kauppiaille tämä ei ole hyvä asia – tuotetta tai palvelua tarvitseva kuluttaja menee tällöin muualle.

Kauppiaille on vielä parantamisen varaa maksutapojen osalta. Hieman yllättävää on että suurin syy ostojen perumiseen oli se, että myyntipisteessä hyväksyttiin vain käteistä. Toiseksi suurin syy oli se, että vain kortit hyväksyttiin,

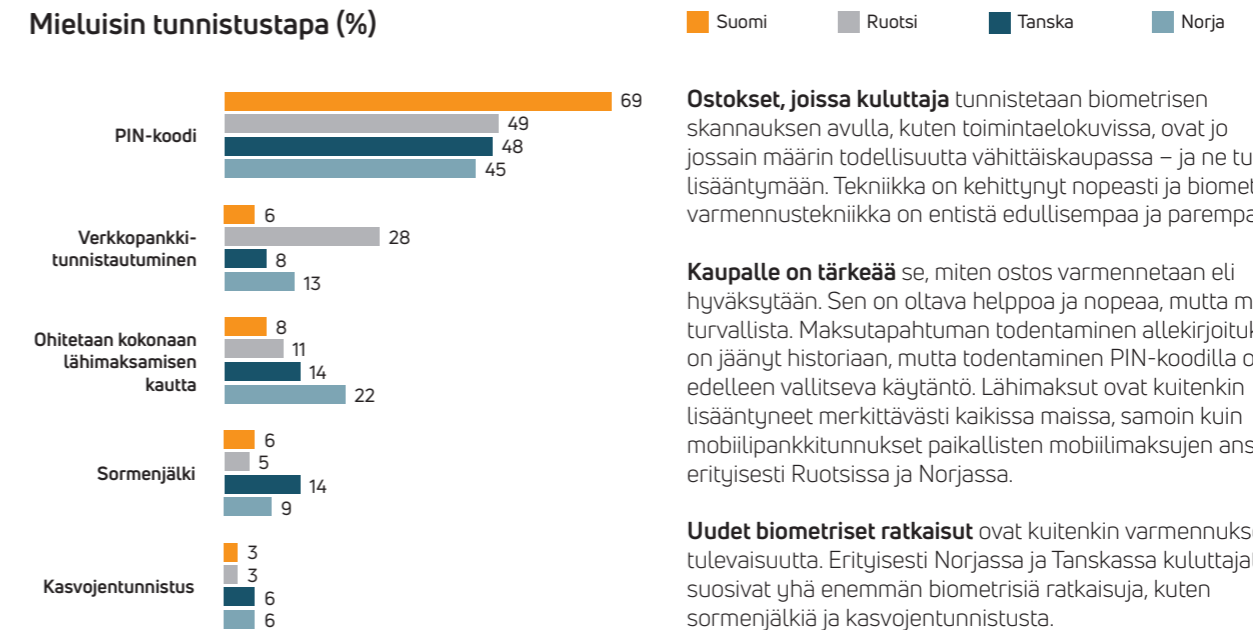
kun taas kuluttajilla oli vain käteistä. Korttien ja käteisen välillä käydään edelleen tiettyä taistelua, jonka jälkimmäinen on selvästi häviämässä.

Muita syitä ovat esimerkiksi se, että myyntipiste ei hyväksynyt korttia, jolla kuluttaja halusi maksaa. Mobiilimaksamista ei hyväksytty, tai myyntipisteessä ei ollut maksa myöhemmin -ratkaisua.



Tunnistus

Mieluisin tunnistustapa (%)

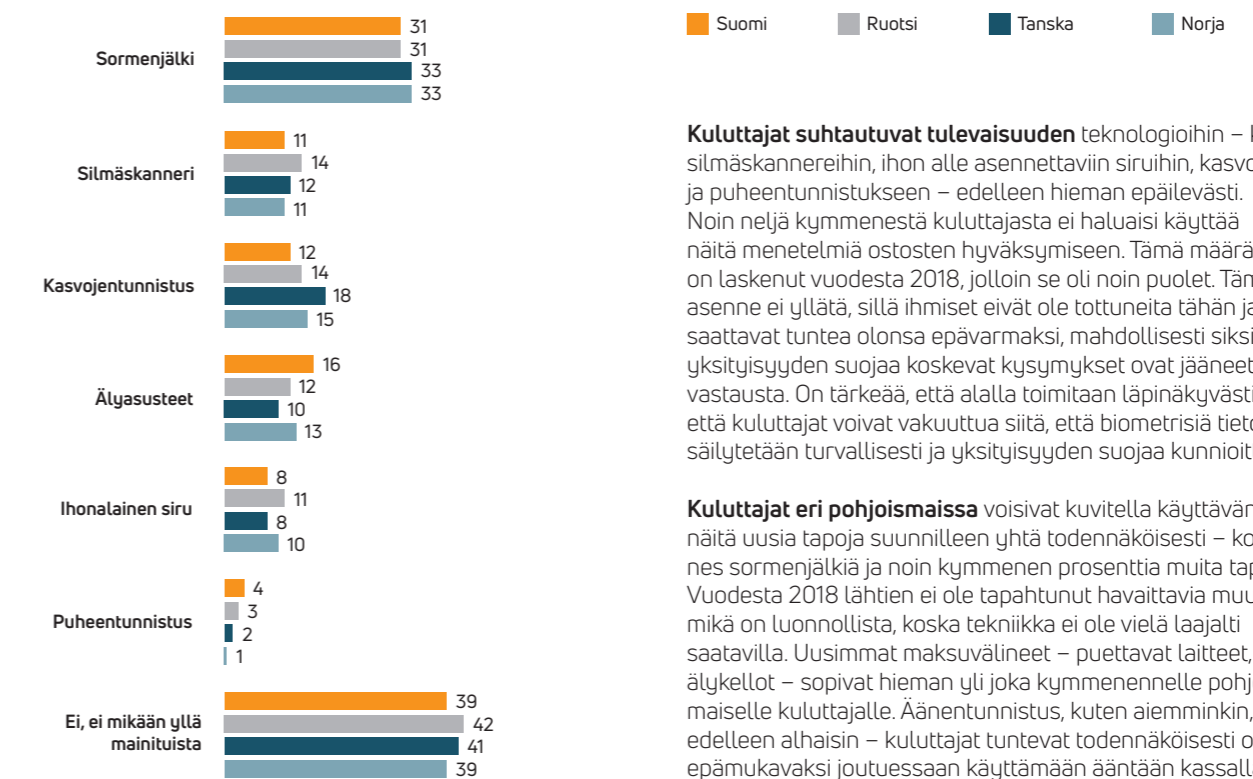


Ostokset, joissa kuluttaja tunnistetaan biometrisen skannauksen avulla, kuten toimintaelokuvissa, ovat jo jossain määrin todellisuutta vähittäiskaupassa – ja ne tulevat lisääntymään. Tekniikka on kehittynyt nopeasti ja biometrinen varmennustekniikka on entistä edullisempää ja parempaa.

Kaupalle on tärkeää se, miten ostos varmennetaan eli hyväksytään. Sen on oltava helppoa ja nopeaa, mutta myös turvallista. Maksutapahtuman todentaminen allekirjoituksella on jäänyt historiaan, mutta todentaminen PIN-koodilla on edelleen vallitseva käytäntö. Lähimaksut ovat kuitenkin lisääntyneet merkittävästi kaikissa maissa, samoin kuin mobiilipankkitunnukset paikallisten mobiilimaksujen ansiosta erityisesti Ruotsissa ja Norjassa.

Uudet biometriset ratkaisut ovat kuitenkin varmennuksen tulevaisuutta. Erityisesti Norjassa ja Tanskassa kuluttajat suosivat yhä enemmän biometrisiä ratkaisuja, kuten sormenjälkiä ja kasvojen tunnistusta.

Tunnistautuminen, jota asiakas voisi ajatella käyttävänsä (%)



Kuluttajat suhtautuvat tulevaisuuden teknologioihin – kuten silmäskannereihin, ihon alle asennettaviin siruihin, kasvojen ja puheentunnistukseen – edelleen hieman epäilevästi. Noin neljä kymmenestä kuluttajasta ei haluaisi käyttää näitä menetelmiä ostosten hyväksymiseen. Tämä määrä on laskenut vuodesta 2018, jolloin se oli noin puolet. Tämä asenne ei yllätä, sillä ihmiset eivät ole tottuneita tähän ja saattavat tuntea olonsa epävarmaksi, mahdollisesti siksi, että yksityisyyden suoja koskevat kysymykset ovat jääneet vaille vastausta. On tärkeää, että alalla toimitaan läpinäkyvästi ja että kuluttajat voivat vakuuttua siitä, että biometrisiä tietoja säilytetään turvallisesti ja yksityisyyden suojaa kunnioittaen.

Kuluttajat eri pohjoismaissa voisivat kuvitella käyttävänsä näitä uusia tapoja suunnilleen yhtä todennäköisesti – kolmannes sormenjälkiä ja noin kymmenen prosenttia muita tapoja. Vuodesta 2018 lähtien ei ole tapahtunut havaittavia muutoksia, mikä on luonnollista, koska tekniikka ei ole vielä laajalti saatavilla. Uusimmat maksuvälineet – puettavat laitteet, kuten älykellot – sopivat hieman yli joka kymmenennelle pohjoismaiselle kuluttajalle. Äänentunnistus, kuten aiemminkin, on edelleen alhaisin – kuluttajat tuntevat todennäköisesti olonsa epämuokavaksi joutuessaan käyttämään ääntään kassalla.

Paljon puita ja energiaa voidaan myös säästää, jos kuluttajat käyttävät digitaalisia kuitteja.

Digitaaliset kuitit

Kuitti on tärkeä osa maksuprosessia. Digitalisoituneet ja ympäristötietoiset pohjoismaiset kuluttajat arvostavat yhä enemmän digitaalisia kuitteja. Tämä hyödyttää asiakkaita, kauppiaita ja ympäristöä.

Perinteisesti kassakuitit ovat kassakoneesta tai maksupääteestä tulostettuja paperisia kuitteja. Useimmiten kuluttaja ei kuitenkaan halua kuitteja, ja joko kassatyöntekijä heittää sen pois tai asiakas itse hetkeä myöhemmin. Jotkut kuluttajat täyttävät lompakkonsa niillä.

Kuluttajat odottavat nykyään kuitteilta samaa digitaalista helppokäyttöisyyttä fyysisissä myymälöissä kuin verkkokaupoissa. Digitaaliset kuitit ovat aina asiakkaan

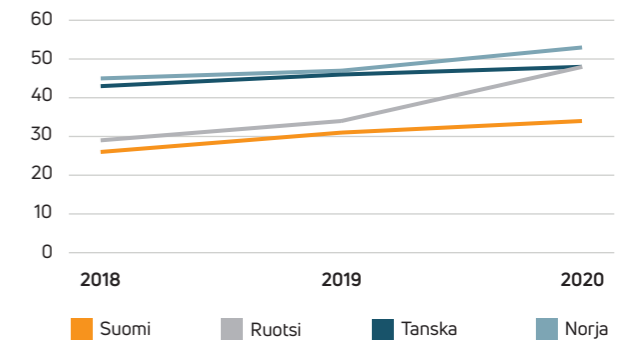
saatavilla, eivätkä ne voi kadota. Paljon puita ja energiaa voidaan myös säästää, jos kuluttajat käyttävät digitaalisia kuitteja paperikuittien sijaan. Se avaa myös paremman viestintäkanavan asiakkaiden suuntaan: jokaisesta kuitista voidaan lähettää asiakkaalle asianmukainen digitaalinen viesti.

Digitaalisten kuittien todellinen käyttö lisääntyy edelleen vähitellen. Tämä on melko suuri muutos sekä kauppiaille että kuluttajille. Monien asioiden on oltava kohdallaan – sekä teknisesti että kuluttajien käyttäytymisen kannalta.

Digitaaliset kuitit ovat kasvaneet voimakkaasti Pohjoismaissa

Digitaalisten kuittien käyttö ja niiden suosio on lisääntynyt merkittävästi Pohjoismaissa viime vuosina, mutta tässäkin on eroja. Norja on edelläkävijä, ja siellä suurin osa kuluttajista suosii nykyään digitaalisia kuitteja paperisten sijaan. Ruotsi on viime aikoina kasvanut voimakkaasti ja on nyt samalla tasolla Tanskan kanssa, jossa hieman alle puolet suosii digitaalisia kuitteja. Suomi on viimeisenä, mutta sen kasvu on ollut tasaista vuodesta 2018 lähtien.

Haluaa mieluummin kuitit digitaalisesti (%)



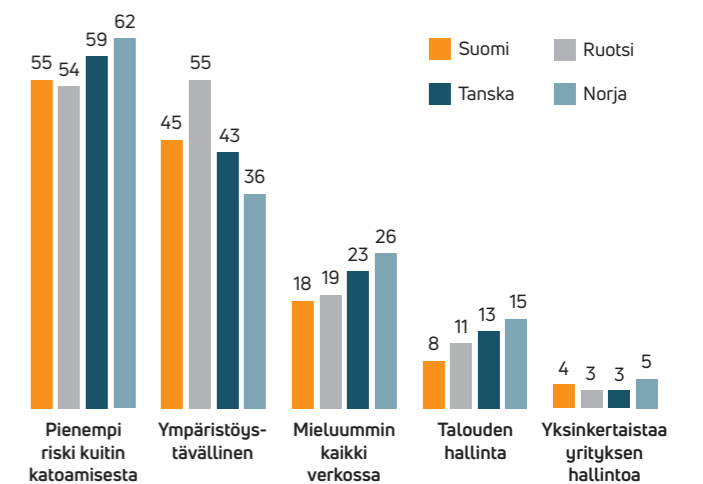
Digitaalisen kuitin suosio

Pohjoismaiset kuluttajat suosivat digitaalisia kuitteja, koska kuitit pysyvät paremmin tallessa. Suurin osa kuluttajista kaikissa maissa on tätä mieltä. Ympäristönäkökohdat tulevat toiseksi, ja vajaa puolet pitää niitä tärkeinä. Norjassa kuitenkin hieman vähemmän.

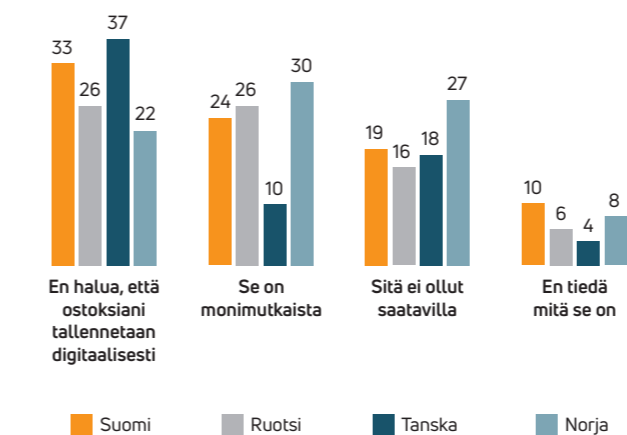
Muita syitä digitaalisten kuittien käyttöön on se, että kuluttajat haluavat tallentaa kaiken kätevästi verkkoon. Se myös helpottaa henkilökohtaisen talouden hallitsemista. Pari prosenttia pitää digitaalisia kuitteja parempana myös siksi, että ne helpottavat liiketoiminnan hallinnointia – digitaaliset kuitit voidaan helposti lähettää kirjanpitäjälle.

On kuitenkin syitä, miksi pohjoismaiset kuluttajat eivät pidä digitaalisista kuitteista. Tärkein niistä on se, että ostoksia ei haluta tallentaa digitaalisesti – tämä on tärkeä yksityisyyden suojaan liittyvä kysymys. Palveluntarjoajat säilyttävät kuittitiedot tietysti turvallisesti eivätkä käytä niitä muihin tarkoituksiin – muuten se ei toimisi pitkällä tähtäimellä kuluttajien luottamuksen puuttumisen vuoksi. Toinen syy on se, että kuluttajat pitävät digitaalisia kuitteja hankalina, mikä on luonnollista tottumattomuuden vuoksi. Myös saatavuudella on merkitystä, kuten myös sillä etteivät jotkut kuluttajat tiedä mistä on kyse.

Syyt digitaalisten kuittien suosimiseen (%)



Syyt, miksi ei suosi digitaalisia kuitteja (%)



Digitaaliset kuitit on helppo järjestää Storeboxilla

Digitaaliset kuitit on helppo toteuttaa Storeboxilla, joka on ainoa kaikilla pohjoismaisilla markkinoilla toimiva digitaalisten kuittien toimittaja. Storeboxin digitaalinen kuittiratkaisu on helppo integroida maksujärjestelmään. Asiakas tunnistetaan myymälässä järjestelmään rekisteröidyllä maksukortilla. Tämä ratkaisee digitaalisten kuittien suurimman ongelman – tiedon kenelle kuitti lähetetään ilman, että asiakkailta tarvitsee kysyä heidän sähköpostiosoitettaan.

Sekä tunnustus että kuitin toimittaminen tapahtuvat saumattomasti järjestelmän taustalla ilman kassanhoitajan avustusta. Asiakas saa kuitin reaaliaikaisesti sovellukseen. Liitteet, kuten takuuasiakirjat tai tuotteen käyttöohjeet, ovat myös mahdollisia, ja myymälä voi lisätä kuitin mukana viestejä ja grafiikkaa.

Yhä tiukemmin kilpaillussa maailmassa kanta-asiakkaat ovat kullanarvoisia. Kanta-asiakkuusohjelmista on siten tullut tärkeä strateginen kysymys.

Kanta-asiakkuusratkaisut

Lähes kaikilla pohjoismaisilla kuluttajilla on nykyään jonkinlainen kanta-asiakkuusohjelma, tai jäsenyys suosikkipaikassaan. Sekä kauppiat että asiakkaat hyötyvät – kuluttajat saavat alennuksia ja palaavat ostoksille uudelleen.

Kilpailun kovetessa markkinoilla, kanta-asiakkaat ovat kullanarvoisia. Kanta-asiakkuusohjelmista on näin ollen tullut tärkeä strateginen kysymys, joka kiinnostaa myös ylintä johtoa. Yhä useammat yritykset ottavat käyttöön jonkinlaisen kanta-asiakkuusratkaisun, ja lähes jokainen kuluttaja on nykyään mukana ainakin yhdessä.

Fyysisissä myymälöissä on erilaisia kanta-asiakasjärjestelmiä. Nämä voivat olla bonuspisteillä varustettuja jäsenyyksiä, joissa saat kymmenennen kupillisen kahvia ilmaiseksi, pisteitä, jotka voidaan muuntaa alennuksiksi tai erikoistarjousiksi, ja

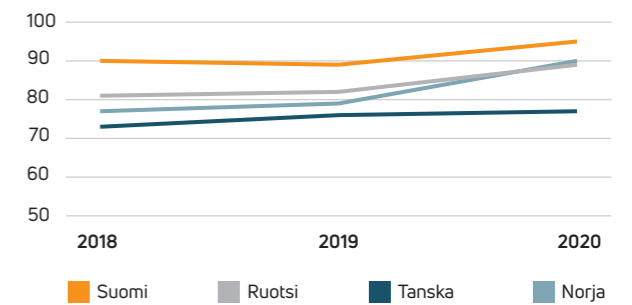
paljon muuta. Ratkaisut ovat kuitenkin edelleen useimmiten vanhanaikaisia ja kalliita kauppiaille. Tämä tarkoittaa erillisiä järjestelmiä omine kortteineen tai sovelluksineen, pitkän numeron antamista kassalle, henkilöilystodistuksen luovuttamista viivakoodin skannausta varten tai jopa paperikortteja leimoineen. Se ei ole kätevää asiakkaille eikä kustannustehokasta kauppiaille.

Sovelluksen tai kuluttajan suosiman maksukortin käyttäminen ja bonuksen rekisteröinti suoraan ostoksen yhteydessä ovat hyviä maksukokemuksia ja esimerkkejä nykyaikaisista kanta-asiakkuusratkaisuista.

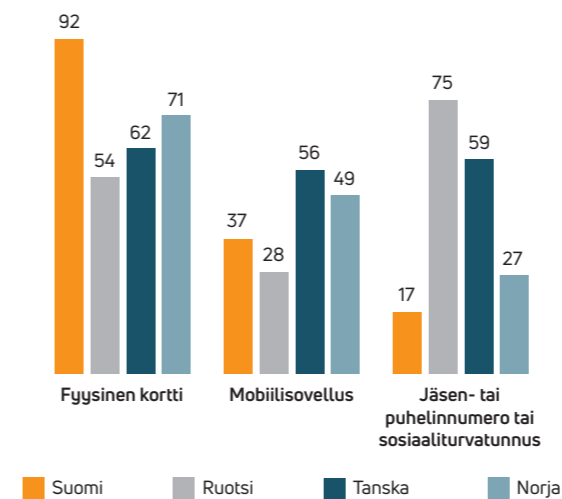
Lähes jokaisella pohjoismaisella kuluttajalla on kanta-asiakkuusratkaisu

Kanta-asiakkuusratkaisut ovat yleistyneet viime vuosina, ja ne ovat nyt erittäin vakiintuneita ja suosittuja pohjoismaisten kuluttajien keskuudessa. Lähes yhdeksällä kymmenestä pohjoismaisesta kuluttajasta on vähintään yksi kanta-asiakkuusratkaisu, ja kahdella kolmasosalla on useita. Kyse on miljoonista kuluttajista eri puolilla Pohjoismaita. Nämä ratkaisut voivat luoda uskollisempia asiakkaita ja siten lisätä myyntiä.

Kuuluu kanta-asiakkuusohjelmaan (%)



Kanta-asiakkuusratkaisun tyyppi (%)



Perinteiset ratkaisut, kuten erilliset fyysiset kortit tai numeron antaminen kassalle, ovat edelleen käytössä, mikä hidastaa ostokokemusta. Mobiilisovellukset ovat kuitenkin yleistyneet – sekä Tanskassa että Norjassa suurimmalla osalla kuluttajista on niitä. Oman sovelluksen kehittäminen voi kuitenkin olla vaikeaa ja kallista kauppiaille.

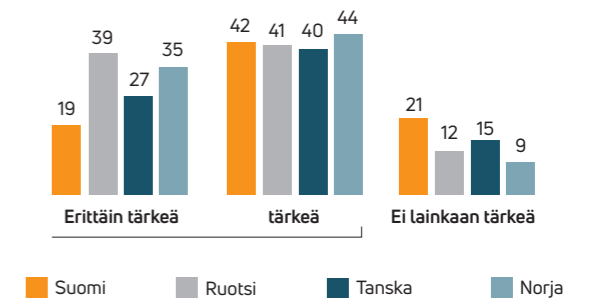
Asiakkaat arvostavat selkeää ratkaisua ja bonuspisteiden välitöntä rekisteröintiä

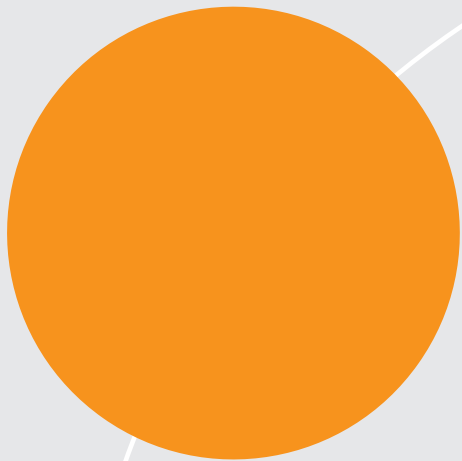
Useimmat pohjoismaiset kuluttajat arvostavat ratkaisuja, joissa bonuspisteet rekisteröidään suoraan maksuhetkellä maksutavasta riippumatta. Noin kolmannes arvostaa sitä erittäin paljon. Tässä on myös selvää kasvua vuodesta 2018.

Myymälöillä, jotka tarjoavat nykyaikaisempaa ratkaisua, on hyvät mahdollisuudet luoda lisää uskollisia asiakkaita ja säästää rahaa välttämällä kalliit ratkaisut. Vaikka kehitys on hidasta, sitä tapahtuu. Useilla suurilla päivittäistavaraketjuilla on nyt ratkaisuja, joissa maksukortti on integroitu ja asiakas saa bonuspisteet suoraan ostohetkellä.

Myös sovellusten käyttö lisääntyy jatkuvasti. Nämä ratkaisut ovat asiakkaille kätevämpiä, ja kaupat voivat seurata käyntejä ja tarjota kanta-asiakasetuja. Tämä vähentää myös kustannuksia, koska erillisten jäsenkorttien tai muiden kalliiden omien ratkaisujen jakelu ja hallinta ei ole enää tarpeen. Nykyaikaisen ratkaisun vahvana etuna on myös se, että sitä voidaan käyttää sekä fyysisessä myymälässä että verkossa – saumaton kanta-asiakkuusratkaisu.

Arvostaa bonuspisteiden välitöntä rekisteröintiä maksutavasta riippumatta (%)





Nets - Suomen toimisto
Teollisuuskatu 21
00510 Helsinki

nets 