

Sisältö

Alkusanat

1. Miksi verkko-ostaminen jatkaa kasvuaan?
 - 1.1 Laajat valikoimat – maailma ovellesi
 - 1.2 Edulliset hinnat ja hintavertailun helppous
 - 1.3 Nopeat ja luotettavat toimitukset
 - 1.4 Ilmaiset toimitukset
 - 1.5 Helpot ja kehittyvät hakutoiminnot
 - 1.6 Vertaiskokemukset ja tuotearviot
 - 1.7 Digitaalisen sisällön kehittyminen
 - 1.8 Helppous
 - 1.9 Kampanjat ja sesongit
 - 1.10 Luottamus ja turvallisuuden tunne
 - 1.11 Koronapandemia
 - 1.12 Yhteenveto
2. Verkkokaupan menestyjiä
 - 2.1 Amazon – ”alaa muuttava elefantti”
 - 2.2.1 Amazon Prime
 - 2.2.2 Amazonin toimittajamallit
 - 2.2.3 Amazonin logistiikka
 - 2.2.4 Amazonin Suomeen tulo ja sen vaikutukset
 - 2.2 Aasian markkinapaikat
 - 2.3 Paikalliset Amazonin haastavat markkinapaikat
 - 2.3.1 Japani – Rakuten
 - 2.3.2 Alankomaat – Bol.com
 - 2.3.3 Puola – Allegro
 - 2.4 Verkkokaupan tuoteryhmäosaajat
 - 2.5 Quick commerce – nopeuden mestarit
 - 2.6 Vertaiskauppa verkossa – kasvua vastuullisemmin
 - 2.7 Yhteenveto
3. Brändien uudet mahdollisuudet
 - 3.1 Brändien uusi kukoistus
 - 3.2 Asiakkaan ostopolut verkkomyynnin kehittämisessä
 - 3.2.1 Kiinnostuksen herättäminen
 - 3.2.2 Asiakkaiden aktivointi
 - 3.2.3 Tuotehaut ja tuotteiden vertailu
 - 3.2.4 Ostaminen ja verkkokaupan asiakaskokemus
 - 3.2.5 Toimitus
 - 3.2.6 Tuotteen käyttö ja lisäpalvelut
 - 3.3 Pelaanko markkinapaikoissa?
 - 3.4 Kivijalkakaupan kasvava rooli asiakaskokemuksessa
4. Verkkokaupan toimitusratkaisut kasvun vauhdittajina
 - 4.1 Asiakkaan tilaus ja verkkokaupan saldotieto
 - 4.2 Verkkokaupan varastoarvojen optimointi
 - 4.3 Verkkokaupan varasto- ja keräilyratkaisut
 - 4.3.1 Varaston lisäarvopalvelut
 - 4.3.2 Varaston esilajittelut ja syöttö logistiikkaoperaattoreiden verkkoihin
 - 4.4 Viimeisen mailin jakeluratkaisut

4.4.1	Noutopisteet
4.4.2	Pakettiautomaatit
4.4.3	Kotijakelu
4.4.4	Luukkuun jakelu
4.5	Toimitusten kuluttajaviestintä ja toimitusnopeuden kokonaisoptimointi
4.6	Paluulogistiikan optimointi
4.7	Suuret lähetykset ja asennuspalvelut
4.8	Lämpösäädely logistiikka
4.9	Toimitusten hiilijalanjälki
4.10	Yhteenveto – avainkysymyksiä verkkokaupalle
5.	Tulevaisuuden muutosajurit
5.1	Ruuan verkkokaupan kasvu – kisa kuluttajan päivittäisostoksista
5.2	Kuva- ja äänihaut uusina mahdollisuuksina
5.3	Sisällöntuotannon tavarointi ja taistelu kuluttajan ajasta
5.4	Amazonin kasvun seuraavat vaiheet
5.5	Valikoimien kuratointi ja eettisyys – vastuullisuuden uudet tasot
5.6	Kansallisia pohdintoja
5.6.1	Lääkkeiden verkkomyynti ja jakelu
5.6.2	Alkoholien verkkomyynti
5.6.3	Brändien edustaja ja vientistrategia
5.6.4	Työvoiman pelisäännöt
5.6.5	Haja-asutusalueen palvelut
Päätössanat	
Kiitokset	