



LEHDISTÖTIEDOTE 13.4.2011

Kotimaisen verkkokaupan myynti laski lähes 10 prosenttia loppuvuodesta 2010: **Verkkokaupalle kasvupotentiaalia ulkomailta ja senioriväestöstä**

Kotimaisista verkkokaupoista koostuva verkkokauppaindeksi laski vuoden 2011 ensimmäisellä neljänneksellä 6,5 prosenttia vuoden 2010 viimeisen neljänneksen myynnistä. Lisäksi myynti euroina oli melkein 10 prosenttia pienempi verrattuna vuoden 2010 viimeiseen neljännekseen. Tämä vahvistaa vuoden viimeisen kvartaalin merkitystä kaupan alalla. Verkkokaupan kasvumahdollisuudet ovat kääntyneet maan rajojen ulkopuolelle ja senioriväestöön.

Verkkokaupan vuoden 2010 viimeisen neljänneksen ennätysindeksi 1068 ja peräti 24 prosentin kasvu tilauskannassa kääntyivät joulun jälkeiseen odotettua viittä prosenttia suurempaan laskuun. Verkkokauppaindeksi kasvaa edelleen, mutta maltillisemmin kuin aikaisempina vuosina. Toimitusjohtaja **Markku Korkiakoski** sähköisen kaupankäynnin asiantuntijayrityksestä Vilkas Groupista ennustaa, että tämän vuoden indeksi nousee ensimmäisen kvartaalin 997 pisteestä vain neljä pistettä toisen kvartaalin aikana.

Verkkokaupan kasvu on siis selkeästi taittunut. Verrattuna siihen, että vuosina 2009 ja 2010 ensimmäisen kvartaalin kasvuvauhti oli 23 prosenttia, tämän vuoden ensimmäisen kvartaalin 4,5 prosentin kasvuvauhti on vaatimaton. Verkkokauppa on 15-vuotisen historiansa aikana kehittynyt kypsäksi liiketoiminnaksi, jossa kilpailu on jo yhtä kovaa kuin perinteisessä liiketoiminnassa.

- Verkkokaupan helppo elämä on ohi, koska markkinat on monilla aloilla joko jaettu tai täyttyneet, toteaa Korkiakoski.
- Syynä maltillisempaan kasvuun voi myös olla eurojen yhä voimakkaampi valuminen ulkomaisille verkkokaupoille, pohtii toimitusjohtaja **Jani Muhonen** Verkkoteollisuus ry:stä.

Korkiakosken mukaan uutta kasvupotentiaalia verkkokauppaan tuovat seniorit, jotka käyttävät yhä enemmän internetiä ja kuluttavat sitä kautta enemmän.

- Pian eläkkeelle jäävät suuret ikäluokat, jotka ovat tottuneet käyttämään nettiä. He ovat se kuluttajaryhmä, joka ostaa ja nyt palveluja ja tuotteita verkosta ja tämä kulutusmalli jatkuu ja lisääntyy eläkkeellä. Ikäihmiset ovat se markkinasegmentti, joka kasvattaa jatkossa verkkokauppaa, hän ennustaa.

Hän myös kannustaa verkkokauppiaita hyökkäykseen ulkomaisten verkkokauppojen kilpailua vastaan.

- Hyökkäys on paras puolustus. Menemällä itse ulkomaille suomalaiset verkkokauppiaat voivat torjua ulkomaista kilpailua. Verkkokauppiaille on tähän hyvät valmiudet; infra, tuotteet ja palvelut ovat kunnossa. Vain uskallus, markkinointi ja kumppanuusverkostot puuttuvat.

- Toimivassa verkkokaupassa kysymys on pitkälti markkinoinnista. Verkkokauppa on vain työkalu, hän toteaa.

Verkkokauppaindeksiä on laskettu vuodesta 2006 alkaen. Se julkaistaan neljä kertaa vuodessa ja luvut perustuvat 900 verkkokaupan todellisesta myynnistä ja tilausmääristä Suomessa. Indeksini laskee Vilkas Group Oy, joka on Suomen suosituimman verkkokauppapalvelun toimittaja.

Lisätietoa: <http://www.vilkas.fi/verkkokauppaindeksi>

Markku Korkiakoski, toimitusjohtaja, Vilkas Group Oy, puh. 0400 434 244, markku.korkiakoski2@vilkas.fi

Mediamateriaalit: MOREnews24 -mediapalvelut, Eila Aalto, puh. 050 575 1073, eila.aalto@morebiz24.com

Vilkas Group Oy on vuonna 1995 perustettu verkkokaupankäynnin palvelutalo, joka toimittaa laadukkaita verkkokauppoja ja verkkokauppioiden menestystä tukevia lisäpalveluja. Vilkas Groupin toimittamia verkkokauppoja käyttävät useat sadat suomalaiset yritykset kaikilta toimialoilta. Lisäksi Vilkas Group on toimittanut lukuisia verkkokaupankäyntiä tukevia ratkaisuja Ruotsiin, Englantiin, Saksaan ja Espanjaan. Lisätietoja: www.vilkas.fi