

Vilka logistiska orsaker bidrar till kundreturer inom näthandel

Emilie Palmén

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Logistik
Identifikationsnummer:	
Författare:	Emilie Palmén
Arbetets namn:	Vilka logistiska orsaker bidrar till kundreturer inom näthandel
Handledare (Arcada):	Robert Henriksson
Uppdragsgivare:	-
<p>Sammandrag:</p> <p>Denna studie handlar om returlogistik. Logistikerna kan definieras som ett samlingsnamn för alla de verksamheter som ser till att material och produkter finns på rätt plats i rätt tid. Returlogistiken är en del av hela logistiksystemet och kan delas upp i två huvudgrupper: returer och återvinning. I detta arbete tas det reda på vilken roll logistiken spelar när det gäller kundreturer inom näthandeln. Finns det logistiska orsaker till kundreturer? I studien tillämpas den kvalitativa forskningsmetoden i form av intervjuer. Intervjuerna utfördes hos företag som erbjuder kunder möjligheten att köpa deras varor på nätet. Eftersom företag inte alltid har möjlighet att utföra personliga intervjuer användes en starkt strukturerad intervju för att kunna utföra intervjuer via e-post. I undersökningen finns en huvudforskningsfråga som är uppdelad i fyra underforskningsfrågor. Forskningsfrågorna är upplagda på basen av problem som skribenten själv upplevt vid köp av produkter på nätet eller problem som skribenten anser att kan orsaka returer. Fem företag svarade på forskningsfrågorna. Fyra svarade via e-post och en genom en personlig intervju. Resultatet visar att det finns flera logistiska orsaker som leder till kundreturer: produktförpackningen är skadad, leveransen anländer inte i tid, kunder avhämtar inte sina beställningar om de inte behöver betalas i förskott, eller att kunden inte får information om att produkten har anlänt. Resultatet visar att returorsaker beror också på hurdan typ produkten är.</p>	
Nyckelord:	Logistik, returlogistik, kundretur, näthandel, transport
Sidantal:	37
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	1.6.2018

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Logistics
Identification number:	
Author:	Emilie Palmén
Title:	Vilka logistiska orsaker bidrar till kundreturer inom nät-handel
Supervisor (Arcada):	Robert Henriksson
Commissioned by:	-
<p>Abstract:</p> <p>This thesis is mainly about logistics, reverse logistics to be exact. Reverse logistics incorporates return management, aftermarket services, repair activities, recycling, liquidation, related policies and agreements among other things. I have studied how much logistics affect customer returns when customers order products online. I have performed five interviews with five people from five different companies. These companies offer customers the possibility to shop their products online. The base for my study consists of five research questions which are logistical problems that I thought could affect customer returns. These research questions are: 1. Customers return products for reasons that are not connected to the product itself. 2. customers return products because they have chosen cash on delivery (COD) as their payment method when placing their online order and because of this, leave their products uncollected. 3. customers return their products because they do not arrive on time. 4. Customers return their products because the package has been damaged. 5. Customers return their products because they do not receive information about their orders delivery. After trying these five hypotheses the results showed that all these problems exist. Because I interviewed five very different companies, the results varied a bit. Even so, the results were very similar.</p>	
Keywords:	Reverse logistics, customer returns, logistics, transport, online shop
Number of pages:	37
Language:	Swedish

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Logistiikka
Tunnistenumero:	
Tekijä:	Emilie Palmén
Työn nimi:	Vilka logistiska orsaker bidrar till kundreturer inom nät-handel
Työn ohjaaja (Arcada):	Robert Henriksson
Toimeksiantaja:	-
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Tässä työssä olen tutkinut logistiikan vaikutusta nettikaupasta tilattujen tuotteiden asiakaspalautuksiin. Logistiikalla tarkoitetaan materiaalivirtojen ohjaamista paikasta toiseen niin, että oikea määrä tuotteita olisi oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Hyvin suunnitellulla logistiikalla pyritään myös minimoimaan toimintoihin liittyvät kustannukset sekä muut haitat, kuten ympäristövaikutukset tai turvallisuusriskit. Varsinaisten materiaalivirtojen lisäksi logistiikkaan kuuluu myös tieto- ja rahavirtojen kulkuun liittyvä suunnittelu. Logistiikasta johtuvat asiakaspalautukset ovat osa paluulogistiikkaa. Paluulogistiikkaan kuuluvat osa-alueet ovat esimerkiksi yleiset asiakaspalautukset, takuu- ja huoltopalvelut sekä kierrätys. Tutkielmani perustuu viiteen eri tutkimuskysymykseen joiden aiheina ovat logistiikasta johtuvat syyt asiakaspalautuksille. Tutkimuskysymykset perustuvat näin ollen omiin ajatuksiini asiakaspalautuksia aiheuttavista logistisista ongelmista. Esitin tutkimuskysymykseni viidelle hyvin erilaiselle yritykselle joko sähköpostin välityksellä tai kasvotusten haastattelussa. Tutkimuskysymykseni ovat: 1. Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen? 2. Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta? 3. Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? 4. Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? 5. Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatettavissa olevasta lähetyksestä? Tutkimuskysymyksiä kokeiltuani ilmeni, että aiemmin mainitsemani logistiikkaan liittyvät tekijät aiheuttavat asiakaspalautuksia. Vastaukset erosivat hieman toisistaan yrityksiä erillisyyksistä johtuen. Pääsääntöisesti vastaukset olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että tutkimuskysymykset olivat totta.</p>	
Avainsanat:	Paluulogistiikka, asiakaspalautus, verkkokauppa, logistiikka, kuljetus
Sivumäärä:	37
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	1.6.2018

INNEHÅLL / CONTENTS

1. INLEDNING	7
1 Problemformulering	8
1.1 Syfte	8
1.2 Avgränsningar	9
1.3 Begreppsdefinitioner.....	10
1.3.1 <i>Materialflödet</i>	10
1.3.2 <i>Informationsflödet</i>	10
1.3.3 <i>Monetära flödet</i>	11
1.3.4 <i>Returlogistik (Reverse logistics)</i>	11
2 METOD OCH MATERIAL	11
2.1 Intervjuer.....	11
2.2 Urval	12
2.3 Datainsamling.....	13
2.4 Forskningsfrågorna.....	14
2.5 Tillvägagångssätt.....	15
3 TEORI	15
3.1 Returlogistik och återvinning	15
3.2 Kundreturer av nya varor.....	16
3.3 Kundreturer av använda varor.....	16
3.4 Returlogistikens påverkan	17
3.5 Drivfaktorer bakom returlogistiken.....	18
4 EMPIRI	19
5 ANALYS	21
6 SLUTSATSER	26
7 DISKUSSION	28
KÄLLOR / REFERENCES	29
BILAGA 1	31
BILAGA 2	32
BILAGA 3	33
BILAGA 4	35
BILAGA 5	36

1. INLEDNING

Näthandeln ökar ständigt och allt fler företag erbjuder kunden en möjlighet att köpa deras produkter via nätet. Eftersom kunden inte kan se den konkreta varan vid beställningstillfället, kan det hända att varan inte motsvarar kundens förväntningar då den kommer fram, och på grund av detta blir varan returnerad. Detta scenarium är troligtvis ett av de vanligaste då man tänker på orsaker till att varor blir returnerade.

Någonting som spelar en stor roll inom näthandeln är logistiken. Logistiken kan definieras som ett samlingsnamn för alla de verksamheter som ser till att material och produkter finns på rätt plats i rätt tid (Jonsson & Mattsson 2016 s. 20). Författarna framhäver även att logistiken har en avgörande betydelse för många verksamheters möjlighet att tillfredsställa kundbehov på ett effektivt sätt. Några exempel på vad som hör till logistiken inom näthandel är produktförpackningen, transporten av produkter, informationen som går från företaget till kunden och även informationen som går i motsatt riktning: från kund till företag. I detta sammanhang bör framhållas att logistik inte är samma sak som transport. Transporten hör visserligen till logistiken, men den utgör dock bara en viss del av hela logistiken. Centrala begrepp inom logistiken är de olika flödena: materialflödet, informationsflödet och det monetära betalningsflödet. För att flödena ska kunna bilda en fungerande logistik är det avgörande att de är i balans. Samtliga av de ovannämnda flödena är dubbelriktade, som till exempel materialflödet. Materialflödet kan antingen gå från företaget till kunden, eller åt motsatt håll: från kunden till företaget (uppströms inom produktionssystemet). (Jonsson & Mattsson 2016 s. 20). Då materialflödet går från kund till företag handlar det om returlogistik (eller omvänd logistik), den engelska termen "reverse logistics" är den som oftare används. I denna studie använder jag mig av begreppet returlogistik. Returlogistik omfattar allting som går från kund tillbaka till det ursprungliga företaget. Återvinning och returerna som exempelvis; kundreturer som inte möter konsumentens förväntningar, produkter som skickats tillbaka för att förbättras och produkter som skickats till företag som använts för uppvisning på mässor osv. (Bloomberg et al. 2002 s. 201). I den här studien ligger fokus på returlogistiken inom näthandeln.

1 PROBLEMFORMULERING

Näthandel är när ett företag eller en konsument säljer, köper eller byter en produkt, tjänst eller information över internet (eller andra datornätverk). I den här studien fokuserar jag på den vanligaste typen av näthandel, företag som säljer produkter till konsumenter (B2C) (Huseynov & Yildirim 2015 s. 1). Den snabba ökningen av näthandel har lett till en ökning av kundreturer. För företagen är det viktigt att sträva efter att minska på kundreturer så mycket som möjligt. Returer är dyra och om företag inte på allvar satsar på att få dem att minska kommer mängden returer högst antagligen att öka varje år, till en stor del beroende på faktorer utanför företagets kontroll. Mängden kundreturer i en del nätbutiker är mycket högre än förväntat. Detta beror till en stor del på att då nya nätbutiker öppnats har de inte tänkt att kunder skulle returnera eller byta ut någonting. Företagen har inte heller varit medvetna om hur viktigt det är att returprocessen fungerar smidigt och smärtfritt för kunden. Men även om en nätbutik har funnits en längre tid och har en jämn och stabil mängd returer, kan företaget förbättra situationen ytterligare. Returer är dyra och inverkar på företagets vinstmarginal. Fastän mängden returer är liten, är det fortsättningsvis skäl för företag att sträva efter att minska på mängden returer. Det finns mycket som kan göras för att minska på mängden kundreturer. Företag som lyckas med att minska antalet returer kan angripa problemet på ett globalt sätt med en tredelad process: Mätning och analys av orsakerna till returer, beräkning av den faktiska kostnaden för returer och skapande av en plan för att minska dessa kostnader samtidigt som du uppehåller höga kundservicenivåer. (Barry 2000).

1.1 Syfte

Syftet med den här undersökningen är att ta reda på hur stor roll logistiken spelar inom kundreturer. Ofta när det är tal om kundreturer är orsakerna bundna till marknadsföring. Jag vill studera de orsaker som leder till kundreturer från ett logistiskt perspektiv. Logistiken har ingenting med den själva varan att göra, så om det inte är något fel på den egentliga varan, varför blir den då returnerad? Returer som beror på logistiken är saker som företaget kan åtgärda. Det kan vara informationen, transporten, materialflödet eller något annat som inte fungerar tillräckligt bra. Syftet med min studie är att ta reda på vad

som kan leda till att kunden returnerar varan fastän hen inte tittat på den beställda varan. Studien grundar sig på returlogistik.

1.2 Avgränsningar

Handel förekommer i många olika former. Det kan vara försäljning eller byte av varor eller tjänster, mellan företag eller konsumenter. I den här studien fokuserar jag dock enbart på näthandel (e-handelsförsäljning). Ett vanligt exempel på näthandel är handel med varor och tjänster över internet, vilket kan vara antingen handel mot konsument (B2C), handel mellan konsumenter (C2C) eller handel mot andra företag (B2B) (Nationalencyklopedin 2017). Jag kommer förutom avgränsningen till näthandel, dessutom avgränsa forskningen till handel av varor, enbart från företag till konsumenter (B2C). Dessa avgränsningar är gjorda på grund av att kundreturer är vanliga inom näthandel, och orsakar stora kostnader för företag.

Orsakerna till kundreturer är många, det kan hända att varan kunden beställt inte passar, har fel färg, inte ser ut som förväntat mm. Dessa orsaker har att göra med marknadsföring och hör ihop med den själva varan kunden beställt och ligger utanför denna studie.

I den här studien fokuserar jag på logistiken inom kundreturer. Som nämnt tidigare är materialflöde, informationsflöde och det monetära betalningsflödet centrala begrepp inom logistiken. Materialflödet kan ses som "stommen" för dessa flöden. Effektiva informationsflöden är i högsta grad viktiga förutsättningar för materialflödena och av material- och informationsflödet följer det monetära betalningsflöden (Jonsson & Mattsson 2016 s.50). I och med att kundreturer som sker av logistiska orsaker som inte är direkt bundna till den egentliga varan, tar jag inte i beaktande orsaker som har att göra med till exempel att varan är sönder eller inte passar konsumenten. Jag tar inte heller i beaktande orsaker som har att göra med själva företaget eller etiska frågor, som till exempel att det kommit fram att företaget har lurat sina kunder genom att ge vilseledande information i sina reklambroschyrer eller att företaget använder sig av barnarbete. Logistiska orsaker som leder till kundreturer kan ha att göra med problem med transpor-

ten eller problem med informationen mellan företag och kund. Dessa är ett par exempel på logistiska problem, vilket denna studie grundar sig på.

1.3 Begreppsdefinitioner

1.3.1 Materialflödet

Materialflödet från ursprunglig källa till slutlig konsument har direkt miljöpåverkan och kräver i många fall stora resurser för att genomföras. I ett tillverkande företag flödar råvaror och komponenter in och genom företaget, medan produkter flödar från företaget ut till kunderna. Materialflödet som går åt motsatt håll – från kund till leverantör inom produktionssystemet – utgörs av returerna i samband med reklamationer och återvinning. Ett effektivt materialflöde utnyttjar resurserna effektivt och motsvarar exakt kundens förväntningar. För att balansera tillgång och användning av nödvändiga resurser på både lång och kort sikt krävs bland annat information om kunders behov, tillgänglig kapacitet, beläggning och material i det egna företaget samt leverantörernas förmåga att leverera. (Jonsson & Mattsson 2016 s. 50-51).

1.3.2 Informationsflödet

I logistiksystemet är informationsflödet en förutsättning för effektivt materialflöde. Affärssystem och andra IT-system används som stöd för planering av logistiska flöden. Information om den befintliga och framtida efterfrågan består bland annat av försäljningsinformation, prognosinformation och kundorderinformation. Denna information skapas dels internt i företaget genom försäljningsprognoser, dels från kunder i form av kundorder, försäljningsstatistik, leveransplaner etc. Behovet av efterfrågeinformation i logistiksystemet ger upphov till flera informationsflöden. Ifall kunden är en butik, är information om försäljningsmängd av en viss artikel viktig efterfrågeinformation att förmedla åt leverantörerna. Om kunden är ett tillverkande företag, utgör kvantiteter och tidpunkter för de planerade framtida inköpen samt förbrukningen av lagerförda artiklar viktig information. Dessutom är information om leverantörernas leveransförmåga en nödvändighet för att möjliggöra effektiva materialflöden. Information om leverantörernas leveransförmåga krävs för att man på ett så effektivt sätt som möjligt ska kunna pla-

nera och genomföra ens egen värdetillagring, men även för att man ska kunna upprätthålla god leveransservice mot kund. Informationen kan utgöras av lagersaldouppgifter, orderbekräftelser, leveransaviseringar etc. I ett effektivt logistiksystem överförs denna typ av information mellan systemets företag genom någon form av automatisk informationsöverföring, till exempel EDI (electronic data interchange). (Jonsson & Mattsson 2016 s. 51-52).

1.3.3 Monetära flödet

Ett betalningsflöde i motsatt riktning sker som följd av ett materialflöde från leverantör till kund. Betalningen initieras av en faktura eller av annan överenskommen mekanism. Vid reklamation av sålda produkter kan ett betalningsflöde från leverantör till kund uppstå i anslutning till fakturakreditering. Det monetära flödet är inte bara operativt, finansieringsstöd till en leverantör är ett exempel på ett monetärt flöde av en mer strategisk och enstaka natur. (Jonsson & Mattsson 2016 s. 52).

1.3.4 Returlogistik (Reverse logistics)

Returlogistik kan definieras som: ”processen som flyttar varor från deras typiska slutdestination för att uppta värde eller för korrekt bortskaffande/återvinning” (min översättning) (Greve & Davis 2012 s. 1). Man kan i praktiken dela upp returlogistiken i två olika typer: kundreturer och återvinning (Greve & Davis 2012 s. 165).

2 METOD OCH MATERIAL

2.1 Intervjuer

Intervjuer är en av de viktigaste kvalitativa datainsamlingsmetoderna, de har använts i stor utsträckning vid fältstudier och etnografisk forskning (folklivsforskning). Även vid användning av kvantitativa forskningsmetoder har intervjumetoden ofta använts som en pilotstudie för att samla in preliminära uppgifter innan en undersökning är färdigt utformad (Qu & Dumay 2011 s. 1). Kvalitativ forskning ställer frågorna "vad?", "varför?" och "hur?", i motsats till kvantitativ forskning som berör sig med att räkna "hur myck-

et?" eller "hur många?" (Billson 2010 s. 37). Det kvantitativa tillvägagångssättet är objektivt och bygger starkt på statistik och figurer, medan det kvalitativa tillvägagångssättet använder språk och beskrivning (Lee S K 1992 s. 8).

Som intervjuare står man inför att ställa sådana frågor som möjliggör de bästa svaren av ens informanter. En intervjuares frågor och intervjustil formar studiens kontext, struktur och innehåll. Somliga forskare betraktar intervjuarens hantering av situationen som det centrala elementet i intervjuer, att de är förutsättningen för produktionen av god data. Med rätt intervjuarinsats blir resultatet bra. Alvesson (s.38) visar dock att alla forskare inte är ense om detta. Vissa forskare anser att intervjuaren inte kan ha full kontroll över intervjusituationen, utan menar att även den andra deltagaren, intervjupersonen, har en viktig roll att fylla. (Alvesson 2010 s.38).

Det finns olika typer av intervjuer. En starkt strukturerad intervju innebär att intervjuaren har förinställda frågor, vilket tillåter endast ett begränsat antal svars kategorier (Qu & Dumay 2011 s. 2). Starkt strukturerade intervjuer är i princip ett frågeformulär som görs ansikte mot ansikte med en respondent (Denscombe 1998 s. 174). Tanken med den starkt strukturerade intervjun är att intervjuguiden gör det mesta av arbetet och intervjuarens jobb är ganska enkelt.

2.2 Urval

De flesta urval i kvalitativa undersökningar innebär ett målstyrt eller målinriktat urval. Ett målstyrt urval utgör en form av icke-sannolikhetsurval. Syftet med målstyrda urval är att välja ut fall eller deltagare på ett strategiskt sätt så att de som väljs ut är relevanta för de forskningsfrågor som har formulerats. Relativt ofta vill forskare göra ett urval där de utvalda respondenterna skiljer sig från varandra med avseende på viktiga aspekter eller egenskaper. Fastän ett målstyrt urval handlar om ett icke-sannolikhetsurval är det ändå inte fråga om bekvämlighetsurval. Ett bekvämlighetsurval innebär att man som forskare tar de individer som mer eller mindre råkar dyka upp, medan man i ett målstyrt urval väljer ut individer med forskningsmål som grund. I samband med ett målstyrt ur-

val väljer man individer, platser och analysenheten (t.ex. en organisation). (Bryman & Bell 2011 s. 452).

Undersöker man till exempel elevvården i problemskolor kan man sträva efter att få tillträde till en eller flera skolor som enligt massmedier, statistik, skolverket eller någon expert, uppvisar den tydligaste problembilden. Det här är inte den enda möjligheten, man kan också välja någon mer typisk problemskola, en skola med ”ganska svåra” problem, men inte extrema. Problem som till exempel skolka, vandalism, dåliga betyg, hög personalomsättning, eller annat. Man kan bestämma att tränga sig in på djupet inom ett visst preciserat problem, eller sprida sig lite bredare och välja flera fall. (Alvesson 2011 s. 59).

2.3 Datainsamling

Ofta delar man in intervjuarbetet i början, mitt och slut. Inledningsvis försöker man som forskare etablera en samarbetsrelation. Intervjuaren ”värmer upp” intervjupersonen så att säga. Intervjuaren ger lite information om vad forskningsprojektet handlar om, till exempel om projektets bakgrund, syfte och användningsområde, och berättar lite om sig själv (vem forskaren är). Neutrala frågor skapar också en grogrund för den mer utforskande mittdelen av intervjun.

I mittdelen går det ut på att få fram respons på de frågor eller teman som forskaren introducerar. Man kan börja med ett lagom avgränsat tema och ställa uppföljnings-, fördjupnings- och preciseringsfrågor, då det behövs. Har man som intervjuare svårt att spontant få svar av respondenten kan man använda sig av olika taktiker, till exempel omformulera vad respondenten tidigare sagt (”skulle man kunna säga att du menar att...”)

Avslutningsvis brukar intervjuaren fråga om intervjupersonen vill lägga till något till vad som har sagts tidigare. Det kan vara frågan om att få intervjupersonen att komplet-

tera med någonting som intervjuaren inte tagit upp eller inte ordentligt gett den intervjuade möjlighet att beröra. Det kan också handla om någon viktig del som helt enkelt inte har beaktats i forskningsupplägget eller kommit bort under intervjun.

Intervjuböcker ger ofta råd om att man som intervjuare bör vara vänlig, naturlig, lugn, stödjande, intresserad, och inte försöka imponera på den intervjuade med egna kunskaper. Den intervjuade bör uppmuntras till att vara ärlig, utförlig, och klar. I en intervjusituation vill man ofta ge ett gott intryck, men intervjun är inte ett tillfälle för intervjuaren att briljera. (Alvesson 2011 s. 63-65).

2.4 Forskningsfrågorna

Min studie grundar sig på en huvudforskningsfråga som kan spjälkas upp i fyra underforskningsfrågor. Dessa forskningsfrågor anser jag personligen att kan orsaka kundreturer. Jag köper själv mycket varor på nätet och har formulerat mina forskningsfrågor på basen av egna erfarenheter av olika nätbutiker också med hjälp av mina studier inom logistik. Min huvudforskningsfråga kan formuleras sålunda: En kund returnerar varor av många andra skäl än orsaker som har att göra med själva varan. För att göra min huvudforskningsfråga så klar som möjligt, har jag bestämt att dessutom spjälka upp den i fyra underforskningsfrågor. Dessa forskningsfrågor är: 1. Kundreturer beror på att kunden inte behöver ansvara för köpet om betalningen sker per postförskott, alltså att kunden har valt vid beställningstillfället postförskottsbetalning (att betala för varan på posten, då hen avhämtar varan). Orsakar detta betalningssätt att kunden inte avhämtar sin beställda vara över huvud taget? 2. Kundreturer beror på att varan inte kommit inom utsatt tid. Om företaget lovar en leverans inom fyra dagar men varan är hos kunden först efter två veckor. Orsakar det att kunden returnerar varan? 3. Kundreturer beror på att förpackningen är skadad, inte nödvändigtvis att varan är skadan men att själva förpackningen för varan är skadad och kunden skickar tillbaka varan utan att öppna förpackningen för att kolla om själva varan är hel. 4. Kundreturer beror på att kunden inte får information om att varan har anlänt. Tar kunden reda på var varan finns om det inte kommer information om varan på en längre tid, eller resulterar ett sånt här fall i att varan blir returnerad.

2.5 Tillvägagångssätt

Min analys baserar sig på en starkt strukturerad intervju som är upplagd av en huvudforskningsfråga och fyra underforskningsfrågor. Dessa forskningsfrågor beskriver logistiska problem som jag själv anser att kan orsaka kundreturer. Det primära materialet består av fem intervjuer med personer som arbetar med kundreturer på fem olika företag. Av dessa företag har jag enbart haft möjligheten till en fysisk intervju med en representant för ett företag, resten av företagen har jag kontaktat skriftligen per e-post. Utgående från intervjusvaren har jag prövat forskningsfrågorna. Jag har bandat in intervjun som jag personligen utfört men i och med att jag använde mig av en starkt strukturerad intervju förmodade jag att svaren inte skulle komma att vara ytterst omfattande, varför jag också skrev ner svaren under intervjun. Ett av de företag jag intervjuade är enbart en nätbutik och har ingen fysisk butik överhuvudtaget. De fyra andra företagen jag kontaktade har fysiska butiker men erbjuder även näthandel. I ett av företagen var det kundtjänsten som svarade på mina frågor eftersom det är de som får kundernas svar till orsakerna på varför produkter blir returnerade, fastän kundservicen inte förpackar varorna.

3 TEORI

3.1 Returlogistik och återvinning

Som nämnt tidigare innebär returlogistik både alla sorters returer, samt återvinning. Returlogistiken och återvinningen spelar en viktig roll inom hållbar logistik och hanteringen av hela logistikkedjan. Returlogistiken och återvinningsprocessen tar hand om produkter när de inte längre behövs, inte är användbara, eller har gått ur mode och ägaren vill avyttra eller kasta bort produkten. 2010 gav USA upphov till 250 miljoner ton kommunalt avfall (avfall från befolkningens hushåll). I Europeiska Unionen kastas det årligen bort 3 miljarder ton skräp, varav 90 miljoner ton är farliga ämnen. I dessa siffror inkluderas inte luft- och vattenföroreningar, orsakade av industrier som producerar råmaterial och tillverkar produkter åt konsumenter. Naturresurserna är inte oändliga och ju mera produkter vi köper, desto mer avfall produceras och föroreningar orsakas. Konsumenternas krav och behov av produkter ökar ständigt och det används allt mer naturresurser. Returlogistiken är central för att kunna minska på användningen av natur-

material, och återvinna gamla produkter. På grund av brister i returlogistiksystem i flera länder möter befolkningen alltmer de konsekvenser som uppstår på grund av avkastning. (Grant et al. 2015 s. 149).

3.2 Kundreturer av nya varor

Returlogistiken erbjuder kunden möjligheten att returnera oönskade produkter. Flera gånger köper konsumenter produkter enbart för att senare returnera dem. När olika butiker konkurrerar med generösa returrätter, måste returlogistiksystemet snabbt fylla på returnerade varor (Bloomberg et al. 2002 s.203).

Kunder returnerar även felaktiga produkter. Produkter granskas kontinuerligt fram till att de inköps av konsumenter men felaktiga eller skadade produkter kan ändå förekomma. Då detta inträffar måste returlogistiken sköta om de felaktiga eller skadade produkterna. Konsumenter returnerar felaktiga eller skadade produkter tillbaka till det ursprungliga företaget och erhåller att i utbyte få pengar eller en ny felfri vara. Den ursprungliga butiken måste sedan skicka produkterna tillbaka i motsatt riktning i produktionsflödet. Om en felaktig vara är skickad från fabriken returnerar vanligtvis butiken varan till tillverkaren och butiken får en kreditering av produkten. Ifall en produkt har blivit skadad efter produktionen måste det tas reda på i vilket skede det hänt och vem som ska stå för kostnaderna för den skadade produkten. Ifall den ansvariga parten inte kan bli igenkänd med säkerhet – får försäljaren med stor sannolikhet stå för kostnaderna. (Bloomberg et al. 2002 s. 203).

3.3 Kundreturer av använda varor

Stundom är kunder uppmuntrade att skicka tillbaka använda produkter och erhålla en kreditering för varan. I bilindustrin får kunder finansiell kredit för att returnera ”kärnan” av en använd produkt. Ett konkret exempel är att en konsument köper en ny generator till bilen, före beställningen erbjuder försäljaren köparen att skicka sin gamla generator och i gengäld få en summa pengar. Bilgeneratorer, startmotorer och vattenpumpar kan alla byggas om av använda delar. Då distributörer av bilreservdelar tar emot de använda

delarna skickas de vidare till en fabrik som bygger om dem. Efter att de gamla delarna är ombyggda och fungerande säljs de åt kunder som ett billigare alternativ till nya reservdelar. (Bloomberg et al. 2002 s. 203).

Den här typen av returlogistik skiljer sig från kundreturer av nya produkter i och med att försäljaren faktiskt vill ha dessa slags returer och betalar åt kunden för att få en oanvändbar vara. Detta logistiksystem börjar på företagets initiativ att returnera använda produkter. Ofta erbjuder försäljare en rabatt på den nya produkten i utbyte mot den använda produkten. För att köparen ska få den erbjudna rabatten måste hen skicka den använda varan i samband med köpet av den nya. Får försäljaren inte den använda varan mister köparen sin rabatt. (Bloomberg et al. 2002 s.204).

3.4 Returlogistikens påverkan

Returlogistiken påverkar kunder, leverantörer, partners, tjänsteleverantörer, miljön och företagets vinst (Greve & Davis 2012 s. 2). Tidigare forskning visar att kundreturer årligen kostar hundra miljarder dollar för företag i Amerika, detta innebär att kundreturerna utgör 3.8 procent av företagets vinst varje år. Företag som säljer elektronik lägger ut ännu större mängder pengar på kundreturer, över 14 miljarder dollar. När företag börjar lägga märke till hur mycket returer inverkar på deras vinst, börjar många företag begränsa kundernas rätt till att returnera varor. Att göra ändringar som dessa försämrar försäljningen, istället för att öka på företagets vinst och ger i sin tur en klar fördel för konkurrenter på marknaden. Flera företag begränsar inte enbart kundernas rätt till returering av varor, utan går till relativt drastiska förändringar för att minska på returkostnaderna. Några exempel på förändringar som företag har gjort är att de börjar ta betalt för att fylla på varor i lagret för att kunden skall kunna beställa vad hen vill ha, förkortar retureringstiden för kunden, eller gör retureringprocessen väldigt invecklad för kunden. Även om somliga av dessa åtgärder kan fungera för en kort tid så kommer de flesta att ha en negativ inverkan på försäljningen på lång sikt, och blir till slut dyrare än själva produkten. (Greve & Davis 2012 s. 13-14).

3.5 Drivfaktorer bakom returlogistiken

Returer drivs av kundens köpmönster, förhållanden i ekonomin, regeringens åtgärder och kvaliteten på de inköpta varorna (Greve & Davis 2012 s. 4).

Returlogistiken byggs huvudsakligen på tre pelare. De är konkreta delar av företaget som måste följas för att ha ett effektivt returflöde. När företag förstår dessa grundpelare, kan de strategiskt ägna sig åt var och en för att förbättra deras kundrelationer, relationen mellan viktiga partners och leverantörer, som stöder företaget.

Den första pelaren som ligger till grund för företagets returlogistik är företagets publicerade returrätt. Returrätten definierar de villkor som krävs för att kunden kan returnera varor som de köpt och vill returnera i utbyte mot nya varor, kontanter eller kredit. Returrättens inverkan går mycket längre än att enbart styra den transaktion som innebär att en produkt returneras. Returrätten kan i vissa fall skilja ett företag från deras konkurrent på ett positivt sätt, eller så kan ett företags returrätter vara den bästa annonseringen deras konkurrenter någonsin kommer att ha. Företagets returrätt säger mer om företagets engagemang för kundtjänst och hur de ser sin position på marknaden, än i stort sett allt annat. (Greve & Davis s. 5).

Den andra pelaren som utgör grunden för en fungerande returlogistik är arrangemang och processer som används för att hantera returnerade produkter. Att hantera returnerade produkter innebär att identifiera varan, bedöma dess skick, och bestämma det bästa sättet att bearbeta varan för att företaget ska få den högsta möjliga finansiella nyttan. Till effektiv anordning av returnerade varor ingår: redovisningsprocesser, produkt avskiljande, sorteringsprocesser, och förberedelseprocesser som kan krävas för att effektivt preparera varor för vidareförsäljning. (Greve & Davis s. 5).

Den tredje pelaren är avtal med leverantörer. Dessa avtal anger villkor som avgränsar vilken produkt som kan returneras, betalningsarrangemang med andrahandsmarknads-köpare, återvinningsprocedurer och riktlinjer för bortskaffning av returnerade produkter. För många är förmågan att styra andrahandsmarknaden avgörande för att skydda sitt varumärke. Effektiva leveransavtal samt de flesta betalningsavtal bestämmer klart produktvillkor, försäljningsvillkor och eventuella begränsningar för produktens slutliga försäljning. (Greve & Davis s. 6).

4 EMPIRI

Jag utförde mina intervjuer både via e-post och genom personliga intervjuer. Somliga av de företag jag fått svar av saknar kontor i Finland och därför har jag inte haft möjlighet att intervjuar dessa företag personligen. En annan orsak till varför jag inte haft möjlighet till intervjuer ansikte mot ansikte är att företagen inte haft tid att träffa mig och har ansett att det är lättare att svara på mina forskningsfrågor via e-mail.

Tre av de företag jag intervjuat önskade att vara anonyma, därför anger jag inte en del av företagens namn. De företag som önskade vara anonyma har jag namngett X, Y och Z. Nelly.com och Sokos accepterade att förekomma med eget namn. Alla personer som nämns här är också anonymiserade, även de som representerar Sokos och Nelly.com.

Första intervjun utfördes den 20 november 2017. Intervjun gjordes med ”Jonas” som arbetar med kundreturer på företag X. Företaget säljer sina produkter enbart i Finland, de har flera konkreta butiker, samt nätbutik. Företaget säljer designprodukter, kläder, hem dekor, accessoarer etc. företaget har en omsättning på flera hundra miljoner euro. Jag fick svar på mina forskningsfrågor av företaget X via e-post.

Den andra intervjun gjordes med ”Antti” som jobbar med kundreturer vid företaget Y. Jag fick svar på mina forskningsfrågor via e-post den 25 januari 2018. Företaget säljer

möbler på en global nivå, företaget har flera konkreta butiker, inklusive nätbutik. Detta företag har en omsättning på flera miljarder euro.

Den tredje intervjun ägde rum vid företaget Z den 20 januari 2018. Företaget säljer olika produkter för bilar, jag intervjuade företagschefen ”Jari”. Företaget Z är ett litet familjeföretag med under tio anställda, alla jobbar med allting på företaget så det fanns ingen specifik person som jobbade med enbart kundreturer. Företaget Z har en konkret butik, samt näthandel. ”Jari” berättade att näthandeln är den kanal där de säljer mest av sina produkter. I och med att företaget endast har en butik blir den automatiskt lokaliserad långt ifrån många av företagets kunder. ”Jari” sade att han anser att deras företag inte är det lämpligaste att svara på mina forskningsfrågor i och med att de har så få kundreturer, endast 0,1%. Av detta procentantal beror 42% av kundreturerna på att produkten inte motsvarar produktbeskrivningen/utseende av produkten på företagets hemsida. 8% av alla kundreturer beror på att konsumenten inte längre behövt den beställda produkten. 33% beror på att konsumenten beställt fel produkt, och 17% är icke-avhämtade produkter. ”Jari” berättade också att de paketerar produkterna som blivit beställda via nätbutiken mycket omsorgsfullt. Det här är viktigt för företaget och det minskar risken att varor skulle gå sönder under transporten och därför leda till returer. En annan sak som företaget gör för att minska på kundreturer är att det enbart går att beställa produkter som finns i lagret. Det här minskar på risken att leveranstiden skulle ta så länge att kunden skulle returnera produkter på grund av detta. Fastän ”Jari” anser att hans svar inte är de bästa, kommer jag ändå att ta dem i beaktande i mitt arbete. Företaget Z har en omsättning på flera hundra tusen euro.

Den fjärde intervjun utfördes via e-post med företaget Nelly (Nelly.com). Jag fick svar på mina forskningsfrågor den 29 januari 2018. Det var inte möjligt att få svar av någon som jobbar direkt med kundreturer. De som jobbar inom kundservice på Nelly.com svarade på mina forskningsfrågor. Nelly.com säljer till största delen damkläder, nätbutiken säljer även skor, väskor, accessoarer och mindre mängder herrkläder. Nelly.com är ett globalt företag, och skickar sina produkter runt om i världen, de har dock inga konkreta butiker. Nelly.com har en omsättning på cirka 1,5 miljarder euro.

Mitt femte, och sista företag jag intervjuat är Sokos. Sokos säljer så gott som allting som behövs till hemmet, samt kläder för män, kvinnor, och barn. Jag fick mina svar av ”Emma” som är försäljningschef för Sokos nätbutik. Sokos har både flera konkreta butiker, och nätbutik. Jag fick mina svar via e-post den 19 februari 2018. År 2016 hade Sokos en omsättning på 210,9 miljoner euro.

5 ANALYS

Min analys tar avstamp i min huvudforskningsfråga och de underforskningsfrågor som jag nämnt på sidan 14. Min huvudforskningsfråga samt underforskningsfrågor lyder enligt följande: är:

1. En kund returnerar varor av många andra skäl än orsaker som har att göra med själva varan.
2. Kundreturer beror på att kunden inte behöver ansvara för köpet om betalningen sker per postförskott, alltså att kunden har valt vid beställningstillfället postförskotts betalning (att betala för varan på posten, då hen avhämtar varan). Orsakar detta betalningsätt att kunden inte hämtar sin beställda vara över huvud taget?
3. Kundreturer beror på att varan inte kommit inom utsatt tid. Om företaget lovar en leverans inom fyra dagar men varan är hos kunden först efter två veckor. Orsakar det att kunden returnerar varan?
4. Kundreturer beror på att förpackningen är skadad, inte nödvändigtvis att varan är skadan men att själva förpackningen för varan är skadad och kunden skickar tillbaka varan utan att öppna förpackningen för att kolla om själva varan är hel.
5. Kundreturer beror på att kunden inte får information om att varan har anlänt. Tar kunden reda på var varan finns om det inte kommer information om varan på en längre tid, eller resulterar ett sånt här fall i att varan blir returnerad.

Eftersom alla mina intervjupersoner talade finska översatte jag mina forskningsfrågor till finska. Efter min översättning lyder min första forskningsfråga (huvudforsknings-

fråga) sålunda: *Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen?* Fastän jag planerat att mina fyra underforskningsfrågor skulle användas som grund för att ta reda på om min huvudforskningsfråga stämmer, bestämde jag ändå att ställa min huvudforskningsfråga som en fråga åt de företag jag intervjuat. Alla företag jag utförde intervjuer med svarade ”ja” på min huvudforskningsfråga. Företaget X svarade: *”Kyllä, asiakkaat palauttavat tuotteita, ilman että liittyy tuotteisiin. Syitä voi olla monia: - Liian pitkä toimitusaika, joko tilauksen toimitus myöhässä tai tuotetta ei ole heti saatavilla varastossa. - Ei tarvetta enää tuotteelle. mm. matka, juhlat olleet jo jne. - Tuote ostettu jo kivijalasta tai muualta saatu vastaava.”*. Företaget Y svarade: *”Kyllä sattuu aika ajoin”*. Företaget Z svarade *”Kyllä, löysin kaksi syytä tähän kysymykseen, eli jos asiakas itse on vahingossa tilannut väärän määrän tai selkeäsi väärän tuotteen.”*. Nelly.com svarade att: *”Kyllä, palautussyitä voi olla myös monia jotka eivät liity itse tuotteeseen, kuten: - asiakas on löytänyt toisen vaihtoehdon. - tilaisuus jota varten tuote oli tilattu on peruuntunut. - jne”*. Sokos svarade på denna fråga att: *”Valtaosa asiakaspalautuksista palautetaan tuotteesta johtuvista syistä. Asiakas usein vaan muuttaa mieltä, tilaa monta vastaavanlaista tuotetta, ja on jo alun perin päättänyt palauttaa osan, tai tuote ei vastaa odotuksia (on esim väärän kokoinen). Jonkin verran on myös palautuksia, joita ei koskaan noudeta.”* Med hjälp av dessa svar ser man att det finns flera olika orsaker som leder till kundreturer, utan att det är problem med varan i sig själv.

Min första underforskningsfråga är: *Kundreturer beror på att kunden inte behöver ansvara för köpet om betalningen sker per postförskott, alltså att kunden har valt vid beställningstillfället postförskottsbetalning (att betala för varan på posten, då hen avhämtar varan). Orsakar detta betalningsätt att kunden inte avhämtar sin beställda vara över huvud taget? Efter att jag översatt min forskningsfråga till finska lyder den: *Joh-tuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta?* Det kom fram att inget av de företag som jag intervjuat erbjuder postförskott som betalningsalternativ. Företaget X svarade på denna fråga att: *”Tähän en pysty meidän puolesta kommentoimaan. Meillä ei ole postiennakkoa käytössä. Uskon kyllä vahvasti, että ne kenellä tämä on käytössä, niin vaikuttaa myös palautuksiin.”* Företaget Y svarade enbart *”Meillä ei ole postiennakkoa”*. Företaget Z svarade *”Me ei käytetä**

postiennakkoa ollenkaan. Syynä juurikin se että ei tarvitse maksaa mistään, ja että tämä tilanne olisi mahdollista tapahtua. Syynä myös se että postiennakko on lisämaksullinen palvelu jos sitä käyttäisi.”. Nelly.com svarade: ”Olemme valinneet poistaa postiennakon maksutavoistamme. Haluamme nykyään tarjota parempia ja halvempia maksuvaihtoehtoja asiakkaillemme. Näitä ovat muun muassa: -PayPal -Korttiosasto -Qliro lasku ja osamaksutili”. Sokos svar på denna fråga var: ”Laskulla maksettujen tilausten ja palautustodennäköisyyden välillä on tosiaan ihan selkeä linkki. Sokos verkkokaupalla käytössä olevista maksutavoista on laskulla maksettujen tilausten palautusprosentti selkeästi muita maksutapoja korkeampi.”Svaren tyder på att företagen anser att postförskott ökar risken för att kunder lämnar deras varor outhämtade. Detta scenarium ser ut att även gälla då kunder väljer räkning som betalningssätt. Då man väljer att betala för sin beställning genom räkning, har man som kund inte heller ”ansvar” för produkten om man lämnar den outhämtad.

Min andra underforskningsfråga i mitt arbete är: *Kundreturer beror på att varan inte kommit inom utsatt tid. Om företaget lovar en leverans inom fyra dagar men varan är hos kunden först efter två veckor. Orsakar det att kunden returnerar varan? Efter att jag översatt denna forskningsfråga lyder den: Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? Eli esimerkiksi, jos yritys lupaa, että tuotteet ovat perillä neljän päivän sisällä ja tuotteet saapuvatkin vasta kahden viikon kuluttua. På den här forskningsfrågan fick jag relativt liknande svar av alla de företag jag intervjuade. Företag X svarade på denna fråga att: ”Kyllä, osa palautuksista johtuu toimitusaikalupauksen myöhästymisestä. Osassa saadaan asia hoidettua pienellä hyvityksellä, esim. seuraavan tilauksen yhteydessä.”. Företag Y svarade ”Kyllä, mutta suuruusluokka on hyvin pieni ja asiakkaaseen otetaan yhteyttä myöhästymisiin liittyen”. Företag Z svarade ”Tämäkään meillä ei ole ongelmana koska meidän nettikaupasta pystyy pelkästään tilaamaan tuotteita mitkä meillä on omassa varastossa, eli meillä tällaisia viipeitä ei pääse käytännössä tulemaan. Tilauksen jälkeen lähetetään tuotteet joko tilauspäivänä tai seuraavana päivänä asiakkaalle. Kuljetuksesta johtuen on tietysti aina mahdollista että tulee satunnaisia viiveitä, mutta ei ne koskaan ole ollut niin pikiä että asiakas on tästä syystä palauttanut tilaamansa tuotteet. Logistiikka on meidän toimitusketjun epävarmin tekijä, mutta useimmiten paketit ovat perillä asiakkailla tilauksen jälkeen seuraavana päivänä. mutta Sekä Matkahuolto että Posti lähettää tilaukset*

*parin päivän sisällä. Joskus kuljetuksessa on mennyt kaksi tai kolme, jopa neljä päivää, jos paketti on hetkellisesti kadonnut, ja kuljettaja ei tiedä missä se menee. Mutta ei ole kyllä yhtään palautusta sen takia ollut, että viive olisi ollut niin pitkä että asiakas tämän takia olisi palauttanut tuotteet.”. Nelly.com svarade: ”Kyllä, asiakkaat palauttavat myös myöhästyneen toimituksen vuoksi. Näitä palautuksia on yleensä sesonki aikoina tai mikäli postin kuljetuksissa on ollut ongelmaa.”. Sokos svarade på denna forskningsfråga att: ”*Tämä ei ainakaan nouse kuluttajien palautuksen yhteydessä ilmoittamien kommenttien pohjalta syyksi palauttaa tuotteita.*”. Fastän några av de företag jag intervjuat inte lider av det ovannämnda logistiska problemet, anser jag ändå att resultaten klart visar att logistiken spelar en stor roll inom kundreturer. Resultaten tyder på att beställda varor som inte kommer fram inom rimlig tid söker kunden ofta ersättning för.*

Min tredje underforskningsfråga är: *Kundreturer beror på att förpackningen är skadad, inte nödvändigtvis att varan är skadad men att själva förpackningen för varan är skadad och kunden skickar tillbaka varan utan att öppna förpackningen för att kolla om själva varan är hel.* Efter min översättning lyder forskningsfrågan: *Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? Ei siis siitä, että itse tuote olisi rikki, vaan siitä että pakkaus on sen verran vahingoittunut, että asiakas ei viitsi edes tarkastaa onko tilattu tuote ehjä.* Företag X svarade på denna fråga att: ”Vahingoittuneen pakkauksen vuoksi ei juurikaan palautuksia tule, mutta poikkeuksiakin on. Tapauksissa joissa tämän vuoksi palautetaan: - Design tuotteiden osalta: valaisimet, huonekalut. Usein asiakkaat haluavat myös, että tuotteen laatikko on priima, vaikka itse tuote ei olisikaan vahingoittunut”. Företaget Y svarade: ”Siinä tapauksessa noudatetaan reklamaatiokäytäntöä”. Företaget Z svarade ”*En muista yhtään tapausta, että näin olisi käynyt. Pakataan meidän tuotteet niin huolellisesti että sille suorastaan naureskellaan että joku viittii tehdä niin tarkan työn, mutta pakkaukseen tosiaan panostetaan tosi paljon. Pelkästään siitä syystä että pakkaus olisi rikki ei ole tullut palautuksia mutta josain satunnaisissa tapauksissa on ollut että tuote on pudonnut ja on mennyt rikki tai on tullut pieniä lommoja, mutta tämä on myös äärimmäisen harvinaista.*”. Sokos svarade följande på frågan: ”*Tällaista trendiä ei olla huomattu Sokoksen pakettien osalta. Joissakin tapauksissa tilaus tosiaan palautetaan koska tuote on rikki, mutta yleensä silloin tuotteessa on myös ollut jokin vika, ei vaan ulkopakkauksessa.*” Dessa resultat visar att

om en kund beställer en dyr vara, och förpackningen är viktig för kunden, blir den beställda varan möjligtvis returnerad på grund av att förpackningen är skadad. Om en kund exempelvis beställer en produkt till bilen och lådan är en vanlig brun papplåda är det eventuellt inte av stor betydelse om lådan är skadad så länge produkten är hel. Detta är förståeligt och det syns också i resultaten. I motsats till händelseförloppet ovan visar resultaten att en kund som beställer en dyr designprodukt vill att allting ska vara i toppskick också förpackningen. Jag kan själv relatera till det här. Beställer jag t.ex. ett par Jimmy Choo (malaysisk-kinesisk modedesigner) skor vill jag definitivt att lådan är hel.

Min sista underforskningsfråga är: *Kundreturer beror på att kunden inte får information om att varan har anlänt. Tar kunden reda på var varan finns om det inte kommer information om varan på en längre tid, eller resulterar ett sånt här fall i att varan blir returnerad.* I och med att det här är min sista underforskningsfråga, är det också min sista intervjufråga, jag översatt den som följande: *Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatetta-vissa olevasta lähetyksestä? Tarkoittaen lähinnä sitä, että ottaako asiakas itse selville missä lähetys viipyy, jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, vai johtaako tämä tilanne lopulta palautukseen?* Företag X svarade på denna fråga att: ”Kyllä, osa palautuksista johtuu siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudettavasta lähetyksestä. Syitä tähän: järjestelmässä voi olla ongelmia lähettävällä osapuolella tai kuljetusliikkeellä. Käyttäjä tason virheitä lähettäjän päässä.

Asiakaspalvelu osaa myös seurata tilauksen tilannetta, ja olla asiakkaaseen yhteydessä jos asiakas ei ole noutoviestiä saanut ajoissa. Jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, niin usein asia saadaan selvitettyä ennen palautumista. Nykyään asiakkaan on myös helpompi itse seurata tilauksensa tilannetta. Tilauksen voi tarvittaessa noutaa myös ilman noutoviestiä. Jonkin verran palautuu myös noutamattomia toimituksia. Asiakas on saanut viestin, mutta ei ole ehtinyt noutaa pakettia. Posti säilyttää nykyisin 7vrk paketteja, jonka jälkeen palautuvat lähettäjälle. Jos nouto aika osuu esim. loman ajalle, niin 7vrk helposti ylittyy. Monilla muilla kuriireilla on 14vrk pakettien säilytysaika.”. Företaget Y svarade ”Hyvin harvinaisissa tapauksissa kyllä, liittyen tietoliikenne ongelmiin tai puutteellisiin asiakastietoihin”. Företaget Z svarade ”Ei ole ainakaan meidän tiedossa, että tällaista tapausta olisi ollut. Jos ilmoitusta ei ole tullut, asiakas on itse ollut aktiivinen

postin tai matkahuollon kanssa, mutta meille ei ole ikinä tullut palautetta, että viesti ei ole päässyt perille. Meiltä lähtee aina tilausvahvistuksen yhteydessä seurantakoodi että pystyy tarkistamaan missä paketti menee, mutta uskon että paketit pääsee hyvin perille. Nämä tilaukset mitkä sitten on noutamatta palauttaneet niin niistä ei sitten osaa sanoa että onko ollut siitä kiinni että asiakas ei ole saanut tietoa mutta mehän kontaktoidaan siinä vaiheessa kun nähdään että asiakas ei ole noutanut pakettia muutamaan päivään niin otetaan kyllä yhteyttä asiakkaalle kaikilla mahdollisella yhteystavoilla mutta jos ei saada yhteyttä niin siinä vaiheessa hiukan epäilyttää että kiinnostaako asiakasta olenkaan.” Nelly.com svarade: ”Asiakkaat yleensä ovat hyviä seuraamaan ilmoittamaamme lähetystunnusta postin sivuilla, eli he tietävät paketin tulleen perille vaikka eivät ole saaneet postin saapumisilmoitusta. Osa asiakkaista ottaa meihin yhteyttä, jos saapumisilmoitusta ei kuulu ja ehdimme asiakaspalvelusta näin auttamaan enne kuin paketti palautuu meille. Joskus käy niin, että asiakkaat eivät ehdi noutamaan pakettia viikon sisällä, jolloin posti palauttaa ne automaattisesti takaisin meille.”. På denna fråga svarade Sokos: ” Ei juurikaan. Yksittäisiä viestejä saattaa tulla että saapumisilmoitusta ei ole tullut (asiakas on esimerkiksi antanut väärät yhteystiedot) mutta nämä ovat hyvin yksittäisiä.”. Resultaten jag fått visar att det är betydelsefullt att företag har ett tracking system så att kunder kan följa var deras paket finns. Resultaten visar att ifall informationen om att den beställda varan har anlänt, inte når kunden inom rimlig tid, kan detta leda till kundretur. Dessa resultat visar även att både företag och kunder är aktiva och tar reda på var paketet finns om informationen inte kommer fram då den ska.

6 SLUTSATSER

Logistiken har en stor betydelse inom kundreturer, och logistiska orsaker som leder till kundreturer är flera. På basen av de uppgifter jag fått av företagen jag intervjuat, tyder mina resultat på att ju större företaget är, desto lägre är ribban för kunderna att returnera produkter även om de i sig inte är felaktiga. Har man ett mindre företag och kan packa de beställda varorna omsorgsfullt och kan se till att hela processen från företag till kund fungerar, lider företag inte av så många kundreturer. I motsats till om det är frågan om ett enormt företag och beställningar sköts så snabbt som möjligt, är det lätt att det förekommer fler fel, vilket leder till returer. Om man har sitt företag i Finland och enbart har affärer inom landet, är risken för problem med till exempel transporter mindre. Då man

enbart jobbar inom eget land finns det inte lika många mellanhänder i leveranskedjan, jämfört med om ett paket kommer från Asien.

I resultaten ser man även en kombination mellan vissa produkter och kundreturer. I och med att jag intervjuat företag som är väldigt olika från varandra, är vissa svar mycket varierande. De svar jag fått till min fjärde forskningsfråga: Kundreturer beror på att förpackningen är skadad, inte nödvändigtvis att varan är skadan men att själva förpackningen för varan är skadad och kunden skickar tillbaka varan utan att öppna förpackningen för att kolla om själva varan är hel, visar att till exempel vid situationer där kunder beställer dyra plagg/skor/hemdekor, vill de att förpackningen också är i skick, inte enbart produkten. Men ifall man beställer bildelar där förpackningen är en vanlig papplåda, är det enbart viktigt att produkten är i skick, förpackningen spelar ingen roll. Detta sammanhang är dock inte helt tydligt eftersom jag inte ställt mina forskningsfrågor på ett sådant sätt att det tydligt kommer fram hurdana produkter kundreturerna handlar om.

Svaren till min tredje forskningsfråga: Kundreturer beror på att varan inte kommit inom utsatt tid. Om företaget lovar en leverans inom fyra dagar men varan är hos kunden först efter två veckor, visar att tiden också spelar en stor roll. Kunder vill att deras beställda varor kommer fram inom rimlig tid, annars blir varan med stor sannolikhet returnerad, framförallt ifall man beställt en produkt för ett visst tillfälle, till exempel festkläder. De svar jag fått till denna forskningsfråga visar också att stora företag har mer problem med att få sina beställningar levererade inom utsatt tid jämfört med mindre företag.

Fastän det finns flera olika orsaker till att kunder returnerar sina produkter, visar dock mina resultat att företag på olika sätt försökt minska på returer. Företag har till exempel tagit bort möjligheten att betala med postförskott för att minska på returer. Företag försöker också till deras bästa förfogande se till att kunden får all information som behövs angående deras beställningar. Fastän vissa företag gjort förändringar i deras nätbutiker

för att minska på kundreturer, är det dock viktigt att företag tar i beaktande de problem som logistiken kan orsaka. Företag bör satsa på att logistiken fungerar så felfritt som möjligt, bl.a. för att minska på kundreturer.

7 DISKUSSION

Efter att ha fått mina forsknings svar, har jag kommit fram till att genom att omformulera mina forskningsfrågor en aning skulle det ha kunnat ge mig mer omfattande svar. Skulle jag ha ställt mina frågor på ett sådant sätt att jag skulle veta vilken typ av produkter som har en hög returprocent, skulle mina forsknings svar antagligen gett mig ännu intressantare och klarare svar. Men i och med att jag intervjuat så olika slags företag, och fastän mina forskningsfrågor inte är ställda på ett sätt var det frågas hurdana sorters varor blir returnerade, visar dock mina forsknings svar att det finns en skillnad på logistiska returorsaker beroende på hurdan vara som blivit beställd. Fastän min studie grundar sig på logistik och meningen var att ta reda på logistiska returorsaker, skulle det ändå varit intressant om man kombinerade forskningsfrågorna till varan i sig själv och på det sättet sett att logistiska returneringsorsaker kan även bero på hurdan vara som blivit beställd.

KÄLLOR / REFERENCES

- Alvesson, Mats. 2011, *Intervjuer – genomförande, tolkning och reflexivitet*. 1:1 uppl., Helsingborg: Gyllene Snittet AB, 184 s.
- Barry, Curt. 2000, Happy returns: How to reduce customer returns--and their costs, *Catalog Age*, vol. 17 nr 12, s. 108-110. Tillgänglig:
<https://search.proquest.com/docview/200674900?accountid=27294> Hämtad 3.11.2017
- Billson, Patrick. 2010, Qualitative research, *Supply Management*, London Vol. 15 nr 1, s. 37. Tillgänglig:
<https://search.prquest.com/docview/1354059737?accountid=27294> Hämtad 15.11.2017
- Bloomberg David J., Stephen LeMay, Hanna Joe B. 2002, *Logistics*, New Jersey: Prentice Hall, 310 s.
- Bryman, Alan & Bell, Emma. 2011, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 2 uppl., England: Oxford University Press, 757 s.
- Denscombe Martyn. 1998, *The good Research Guide for small-scale social research projects*. 4 uppl., Maidenhead: Open University Press, 373 s.
- Grant David B, Trautrim Alexander, Wong Chee Yew. 2015, *Sustainable logistics and supply chain management, revised edition*, CPI Group (UK), 241 s.
- Greve, Curtis & Davis, Jerry. 2012, *An executive's Guide to Reverse Logistics How to Find Hidden Profits by Managing Returns!*, Lavergne, TN, 176 s.
- Huseynov, Farid & Yıldırım, Sevgi Özkan. 2015, Behavioral Issues in B2C E-commerce: The-state-of-the-art, *Information Development*, vol 32, Nr. 5, 16 s. Till

gänglig: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266666915599586?journalCode=idva#articleCitationDownloadContainer> Hämtad 3.12.2017

Jonsson, Stig & Mattsson, Stig-Arne. 2016, *Logistik, Läran om effektiva materialflöden*, 3:2 uppl., Lund: Studentlitteratur, 456 s.

Lee S K, Jean. 1992, Quantitative Versus Qualitative Research Methods - Two Approaches to Organisation Studies, *Asia Pacific Journal of Management*, Vol 9 nr. 1, s. 8 Tillgänglig: <https://search.proquest.com/docview/228433051?accountid=27294> Hämtad 24.11.2017

Nationalencyklopedin. 2017, Tillgänglig: <http://ne.se> Hämtad 8.11.2017

Qu, Sandy & Dumay, John. 2011, The qualitative research interview, *Qualitative Research in Accounting and Management; Bradford*, vol. 8, nr. 3, 28 s. Tillgänglig: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/11766091111162070> Hämtad 15.11.2017

BILAGA 1

Svar av företag X

Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen?

Kyllä, asiakkaat palauttavat tuotteita, ilman että liittyy tuotteisiin.

Syitä voi olla monia:

- Liian pitkä toimitusaika, joko tilauksen toimitus myöhässä tai tuotetta ei ole heti saatavilla varastossa.
- Ei tarvetta enää tuotteelle. mm. matka, juhlat olleet jo jne.
- Tuote ostettu jo kivijalasta tai muualta saatu vastaava.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta?

Tähän en pysty meidän puolesta kommentoimaan. Meillä ei ole postiennakkoa käytössä. Uskon kyllä vahvasti, että ne kenellä tämä on käytössä, niin vaikuttaa myös palautuksiin.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? Eli esimerkiksi, jos yritys lupaa, että tuotteet ovat perillä neljän päivän sisällä ja tuotteet saapuvatkin vasta kahden viikon kuluttua.

Kyllä, osa palautuksista johtuu toimitusaikalupauksen myöhästymisestä. Osassa saadaan asia hoidettua pienellä hyvityksellä, esim. seuraavan tilauksen yhteydessä.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? Ei siis siitä, että itse tuote olisi rikki, vaan siitä että pakkaus on sen verran vahingoittunut, että asiakas ei viitsi edes tarkastaa onko tilattu tuote ehjä.

Vahingoittuneen pakkauksen vuoksi ei juurikaan palautuksia tule, mutta poikkeuksiakin on.

Tapauksissa joissa tämän vuoksi palautetaan:

- Design tuotteiden osalta: valaisimet, huonekalut. Usein asiakkaat haluavat myös, että tuotteen laatikko on priima, vaikka itse tuote ei olisikaan vahingoittunut.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatettavissa olevasta lähetyksestä? Tarkoittaen lähinnä sitä, että ottaako asiakas itse selvälle missä lähetyksen viipyy, jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, vai johtaako tämä tilanne lopulta palautukseen?

Kyllä, osa palautuksista johtuu siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudettavasta lähetyksestä.

Syitä tähän: järjestelmässä voi olla ongelmia lähettävällä osapuolella tai kuljetusliikkeellä. Käyttäjän tason virheitä lähettäjän päässä.

Asiakaspalvelu osaa myös seurata tilauksen tilannetta, ja olla asiakkaaseen yhteydessä jos asiakas ei ole noutoviestiä saanut ajoissa. Jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, niin usein asia saadaan selvitettyä ennen palautumista.

Nykyään asiakkaan on myös helpompi itse seurata tilauksensa tilannetta. Tilauksen voi tarvittaessa noutaa myös ilman noutoviestiä.

Jonkin verran palautuu myös noutamattomia toimituksia. Asiakas on saanut viestin, mutta ei ole ehtinyt noutaa pakettia. Posti säilyttää nykyisin 7vrk paketteja, jonka jälkeen palautuvat lähettäjälle. Jos nouto aika osuu esim. loman ajalle, niin 7vrk helposti ylittyy. Monilla muilla kuriireilla on 14vrk pakettien säilytysaika.

BILAGA 2

Svar av företag Y

Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen?

- Kyllä sattuu aika ajoin

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta?

- Meillä ei ole postiennakkoa

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? Eli esimerkiksi, jos yritys lupaa, että tuotteet ovat perillä neljän päivän sisällä ja tuotteet saapuvatkin vasta kahden viikon kuluttua.

- Kyllä, mutta suuruusluokka on hyvin pieni ja asiakkaaseen otetaan yhteyttä myöhästymisiin liittyen

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? Ei siis siitä, että itse tuote olisi rikki, vaan siitä että pakkaus on sen verran vahingoittunut, että asiakas ei viitsi edes tarkastaa onko tilattu tuote ehjä.

- Siinä tapauksessa noudatetaan reklamaatiokäytäntöä

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatettavissa olevasta lähetyksestä? Tarkoittaen lähinnä sitä, että ottaako asiakas itse selvälle missä lähetys viipyy, jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, vai johtaako tämä tilanne lopulta palautukseen?

- Hyvin harvinaisissa tapauksissa kyllä, liittyen tietoliikenne ongelmiin tai puutteellisiin asiakastietoihin

BILAGA 3

Svar av företag Z

Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen?

Kyllä, löysin kaksi syytä tähän kysymykseen, eli jos asiakas itse on vahingossa tilannut väärän määrän tai selkeäsi väärän tuotteen.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta?

Me ei käytetä postiennakkoa ollenkaan. Syynä juurikin se että ei tarvitse maksaa mistään, ja että tämä tilanne olisi mahdollista tapahtua. Syynä myös se että postiennakko on lisämaksullinen palvelu jos sitä käyttäisi.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? Eli esimerkiksi, jos yritys lupaa, että tuotteet ovat perillä neljän päivän sisällä ja tuotteet saapuvatkin vasta kahden viikon kuluttua.

Tämäkään meillä ei ole ongelmana koska meidän nettikaupasta pystyy pelkästään tilaamaan tuotteita mitkä meillä on omassa varastossa, eli meillä tällaisia viiveitä ei pääse käytännössä tulemaan. Tilauksen jälkeen lähetetään tuotteet joko tilauspäivänä tai seuraavana päivänä asiakkaalle. Kuljetuksesta johtuen on tietysti aina mahdollista että tulee satunnaisia viiveitä, mutta ei ne koskaan ole ollut niin pikiä että asiakas on tästä syystä palauttanut tilaamansa tuotteet. Logistiikka on meidän toimitusketjun epävarmin tekijä, mutta useimmiten paketit ovat perillä asiakkailla tilauksen jälkeen seuraavana päivänä. Sekä Matkahuolto että Posti lähettää tilaukset parin päivän sisällä. Joskus kuljetuksessa on mennyt kaksi tai kolme, jopa neljä päivää, jos paketti on hetkellisesti kadonnut, ja kuljettaja ei tiedä missä se menee. Mutta ei ole kyllä yhtään palautusta sen takia ollut, että viive olisi ollut niin pitkä että asiakas tämän takia olisi palauttanut tuotteet.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? Ei siis siitä, että itse tuote olisi rikki, vaan siitä että pakkaus on sen verran vahingoittunut, että asiakas ei viitsi edes tarkastaa onko tilattu tuote ehjä.

En muista yhtään tapausta, että näin olisi käynyt. Pakataan meidän tuotteet niin huolellisesti että sille suorastaan naureskellaan että joku viittii tehdä niin tarkan työn, mutta pakkaukseen tosiaan panostetaan tosi paljon. Pelkästään siitä syystä että pakkaus olisi rikki ei ole tullut palautuksia mutta jossain satunnaisissa tapauksissa on ollut että tuote on pudonnut ja on mennyt rikki tai on tullut pieniä lommoja, mutta tämä on myös äärimmäisen harvinaista.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatettavissa olevasta lähetyksestä? Tarkoittaen lähinnä sitä, että ottaako asiakas itse selvälle missä lähetys viipyy, jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, vai johtaako tämä tilanne lopulta palautukseen?

Ei ole ainakaan meidän tiedossa, että tällaista tapausta olisi ollut. Jos ilmoitusta ei ole tullut, asiakas on itse ollut aktiivinen postin tai matkahuollon kanssa, mutta meille ei ole ikinä tullut palautetta, että viesti ei ole päässyt perille. Meiltä lähtee aina tilausvahvistuksen yhteydessä seurantakoodi että pystyy tarkistamaan missä paketti menee, mutta uskon että paketit pääsee hyvin perille. Nämä tilaukset mitkä sitten on noutamatta palauttaneet niin niistä ei sitten osaa sanoa että onko ollut siitä kiinni että asiakas ei ole

saanut tietoa mutta mehän kontaktoidaan siinä vaiheessa kun nähdään että asiakas ei ole noutanut pakettia muutamaan päivään niin otetaan kyllä yhteyttä asiakkaalle kaikilla mahdollisella yhteystavoilla mutta jos ei saada yhteyttä niin siinä vaiheessa hiukan epäilyttää että kiinostaako asiakasta olenkaan.

BILAGA 4

Svar av Nelly.com

Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen?

Kyllä, palautussyitä voi olla myös monia jotka eivät liity itse tuotteeseen, kuten:

- asiakas on löytänyt toisen vaihtoehdon
- tilaisuus jota varten tuote oli tilattu on peruuntunut
- jne

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta?

Olemme valinneet poistaa postiennakon maksutavoistamme. Haluamme nykyään tarjota parempia ja halvempia maksuvaihtoehtoja asiakkaillemme.

Näitä ovat muun muassa:

- PayPal
- Korttiosios
- Qliro lasku ja osamaksutili

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? Eli esimerkiksi, jos yritys lupaa, että tuotteet ovat perillä neljän päivän sisällä ja tuotteet saapuvatkin vasta kahden viikon kuluttua.

Kyllä, asiakkaat palauttavat myös myöhästyneen toimituksen vuoksi. Näitä palautuksia on yleensä sesonki aikoina tai mikäli postin kuljetuksissa on ollut ongelmaa.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? Ei siis siitä, että itse tuote olisi rikki, vaan siitä että pakkaus on sen verran vahingoittunut, että asiakas ei viitsi edes tarkastaa onko tilattu tuote ehjä.

Tällaisia yksittäistapauksia on ollut mutta harvoin.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatettavissa olevasta lähetyksestä? Tarkoittaen lähinnä sitä, että ottaako asiakas itse selvälle missä lähetys viipyy, jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, vai johtaako tämä tilanne lopulta palautukseen?

Asiakkaat yleensä ovat hyviä seuraamaan ilmoittamaamme lähetystunnusta postin sivuilla, eli he tietävät paketin tulleen perille vaikka eivät ole saaneet postin saapumisilmoitusta. Osa asiakkaista ottaa meihin yhteyttä, jos saapumisilmoitusta ei kuulu ja ehdimme asiakaspalvelusta näin auttamaan enne kuin paketti palautuu meille.

Joskus käy niin, että asiakkaat eivät ehdi noutamaan pakettia viikon sisällä, jolloin posti palauttaa ne automaattisesti takaisin meille.

BILAGA 5

Svar av Sokos

Palauttaako asiakas tuotteita syistä jotka eivät liity itse tuotteeseen?

Valtaosa asiakaspalautuksista palautetaan tuotteesta johtuvista syistä. Asiakas usein vaan muuttaa mielensä, tilaa monta vastaavanlaista tuotetta, ja on jo alun perin päättänyt palauttaa osan, tai tuote ei vastaa odotuksia (on esim väärän kokoinen). Jonkin verran on myös palautuksia, joita ei koskaan noudeta.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas on valinnut maksutavaksi postiennakon, eikä näin ollen tunne vastuuta tilaamastaan tuotteesta ja jättää sen kokonaan noutamatta?

Laskulla maksettujen tilausten ja palautustodennäköisyyden välillä on tosiaan ihan selkeä linkki. Sokos verkkokaupalla käytössä olevista maksutavoista on laskulla maksettujen tilausten palautusprosentti selkeästi muita maksutapoja korkeampi.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakkaan tuote ei ole perillä luvatussa ajassa? Eli esimerkiksi, jos yritys lupaa, että tuotteet ovat perillä neljän päivän sisällä ja tuotteet saapuvatkin vasta kahden viikon kuluttua.

Tämä ei ainakaan nouse kuluttajien palautuksen yhteydessä ilmoittamien kommenttien pohjalta syyksi palauttaa tuotteita.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että pakkaus on rikkoutunut kuljetuksessa? Ei siis siitä, että itse tuote olisi rikki, vaan siitä että pakkaus on sen verran vahingoittunut, että asiakas ei viitsi edes tarkastaa onko tilattu tuote ehjä.

Tällaista trendiä ei olla huomattu Sokoksen pakettien osalta. Joissakin tapauksissa tilaus tosiaan palautetaan koska tuote on rikki, mutta yleensä silloin tuotteessa on myös ollut jokin vika, ei vaan ulkopakkauksessa.

Johtuuko osa asiakaspalautuksista siitä, että asiakas ei saa ilmoitusta noudatettavissa olevasta lähetyksestä? Tarkoittaen lähinnä sitä, että ottaako asiakas itse selvälle missä lähetys viipyy, jos tilauksesta on mennyt paljon aikaa, vai johtaako tämä tilanne lopulta palautukseen?

Ei juurikaan. Yksittäisiä viestejä saattaa tulla että saapumisilmoitusta ei ole tullut (asiakas on esimerkiksi antanut väärät yhteystiedot) mutta nämä ovat hyvin yksittäisiä.