



Aalto University

# Kurssin yhteenveto

To 20.8.2020

Lasse Mitronen & Mikko Hänninen

# Retail Futures: New business models, service systems, and customer experiences (credits 3)

**Responsible teacher:** Dr. Richard Cuthbertson (Research Director, Saïd Business School, University of Oxford and Senior Research Fellow, Department of Marketing Aalto University School of Business)

**Status of the Course:** Master's Program of Marketing, elective course

**Level of the Course:** Advanced Studies

## Teaching period:

IV 2020-2021 (spring)

**02.03.21** tu 10.15-14.45

**16.03.21** th 09.00-17.00,

**30.03.21** tu 13.15-17.00,

**31.03.21** we 08.15-17.00,

**01.04.21** th 08.15-12.00,

**Learning Outcomes:** The purpose of this course is to provide students with an overview of retail management and marketing in a rapidly changing environment. After completion of the course, the student will have an understanding of the major changes occurring in the retail environment with a special emphasis on managing and developing new business models, service systems, and customer experiences in an increasingly digital world.

# Huomioita harjoitustöistä?



Aalto University

# Vähittäiskaupan trendit ja kehitys

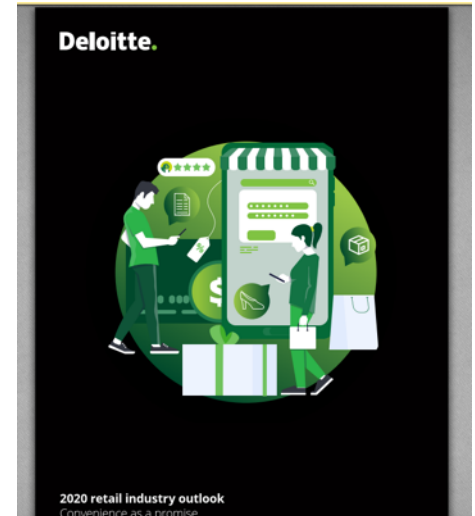


# Kauppan ajankohtaiset trendit ja näkymät

Näkemyksiä NRF:n 2020 seminaarista ja kauppaa seuraavien eri yritysten ja yhteisöjen viimeaikaisista julkaisuista

## TotalRetail

The Retailer's Source for Content & Community



# ”Ennen koronaa” nähtiin paljon mielenkiintoisia avauksia kaupassa

- **Elämyksellisyys vs. hyllytila**
- **”Verkkobrändit” tulevat kivijalkaan** (mm. showroomit ja pop-up kaupat)
- **Uudet maksutavat** (mobiilimaksaminen nykyaikaa)
- **Tekoälyn hyödyntäminen asiakasymmärryksessä**



# Moni perinteinen toimija onkin kehittänyt myymäläkokemustaan

- Vähemmän ihmiskontaktia (koronaikana etenkin välttämätöntä!)
- Teknologian tuonti myymälärajapintaan (mm. kosketusnäytöt, sijaintiin pohjautuvat mainokset)
- Helppouden korostaminen (noutopisteet, noutoautomaatit yms.)
- Älyhyillyt ja tuotelaput
- Myymälähenkilökunta ”konsulttina”
- Esteettiset muutokset (mm. valo, ääni)



# Esimerkiksi. Adidas LDN



# Esimerkiksi. Tommy Hilfiger





# Esimerkiksi. H&M



# Esimerkiksi. Urban Deli





# Esimerkiksi. Paradiiset





# Esimerkiksi. Muji



# NRF 2020: Keskeiset havainnot ja johtopäätökset 1(2)

- Data ja AI ovat täällä pysyäkseen
- ”Fyysiset myymälät” jatkavat muuttumistaan
- Arvot ja etenkin kestäväkulutus vaikuttavat enemmän ja enemmän ostoihin
- Nopea ja aumatisoitu kassa on vielä pitkälti haave (esim. Amazon Go ei skaalautunut)



Lähde: <https://www.mytotalretail.com/article/nrf-2020-what-retailers-need-to-know>

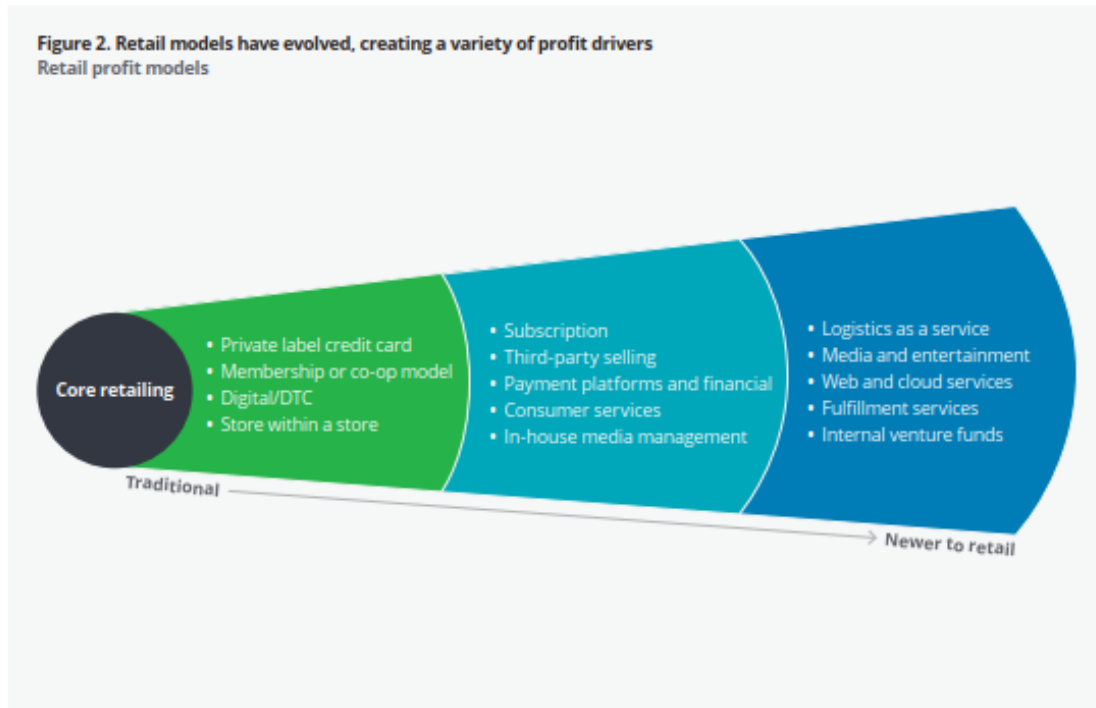
# NRF 2020: Keskeiset havainnot ja johtopäätökset 2(2)

- Kauppa käyttää enemmän data läpi eri toimintojensa
- Siirrytään pelkästä asiakaskokemuksen johtamisesta koko yritysten johtamiseen
- Yritykset pyrkivät rakentamaan pitkäaikaisia kuluttajasuhteita mm. läpinäkyvyyden ja arvojen avulla
- Investoidaan elämyksellisyyteen ja uusiin myymäläkonsepteihin



Lähde: <https://www.mytotalretail.com/article/nrf-2020-what-retailers-need-to-know>

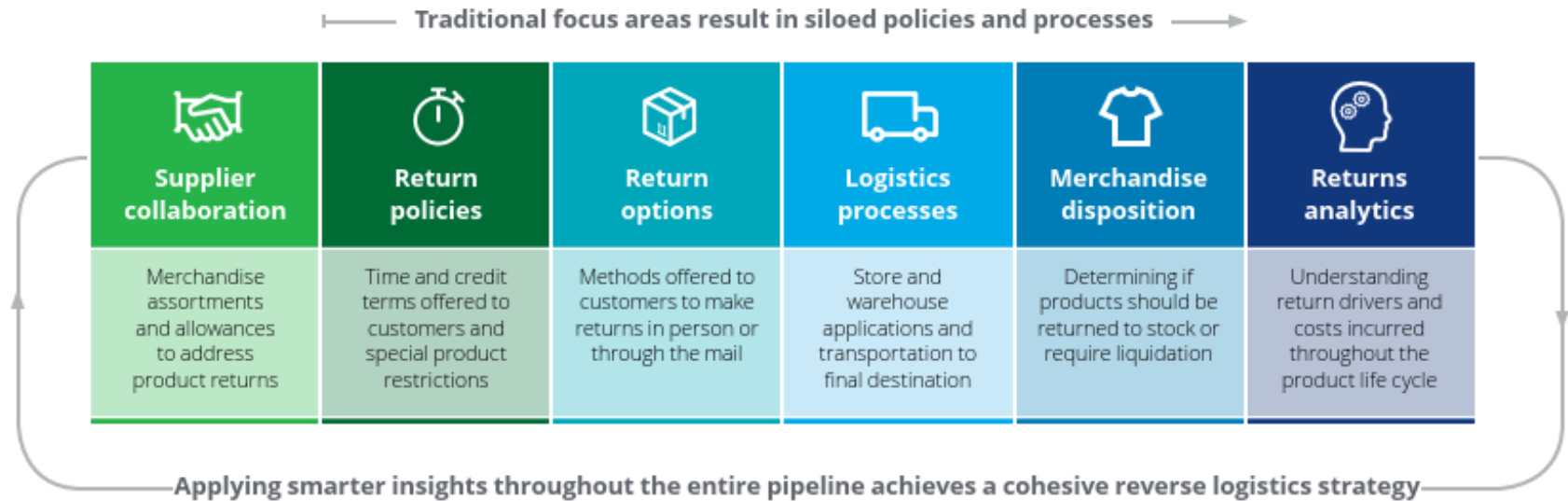
# Kauppan toiminta- ja ansaintalogiikat ovat muuttumassa nopeasti



Lähde: Deloitte 2020 Retail Industry Outlook

# Kauppan täytyy uudistaa ja laajentaa logistisia mallejaan

Figure 3. Reverse logistics life cycle



Lähde: Deloitte 2020 Retail Industry Outlook



# Esimerkiksi. Amazon Kohl's yhteistyö ja Amazon Hub



# Everything is changing?

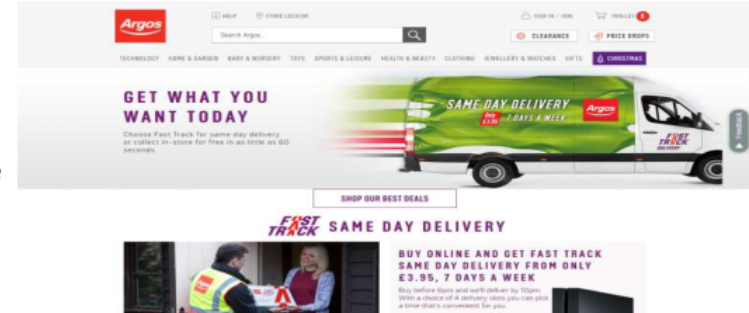
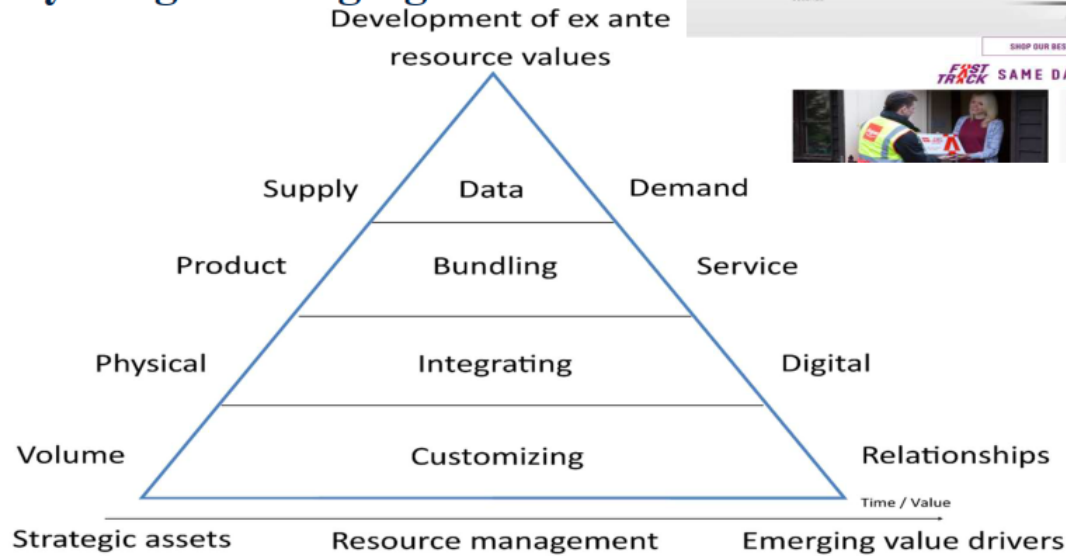
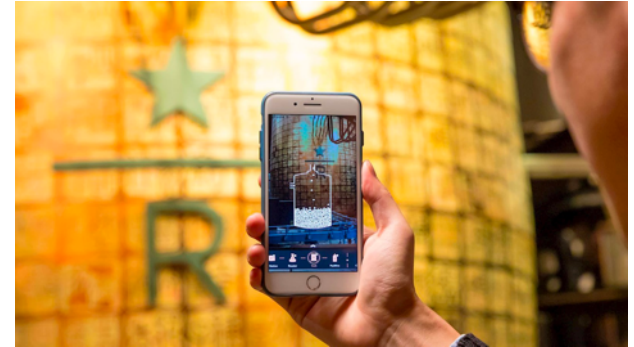


Figure 2: Impact of digitalization on consumer services in the retail sector  
Lähde: Oxford University, Cuthbertson, 2019

© Rusanen from Cuthbertson & Rusanen, 2019.

# Kauppan murros etenee, ajankohtaisia trendejä

- Fyysiset myymälät tärkeitä brändeille
- AI/VR tulee mukaan ostoympäristöön
- Tuotteiden räätälöinti tärkeää
- (myymälöissä räätälöintipisteitä)
- Visuaalinen tuotehaku
- ”Yksikanavainen” asiakaskokemus
- Pop-up myymälät suosiossa
- Saman päivän toimitukset ehdoton edellytys



Lähde: Tara Johnson | Dec 12, 2019 | Ecommerce <https://tinuiti.com/blog/ecommerce/retail-trends/>



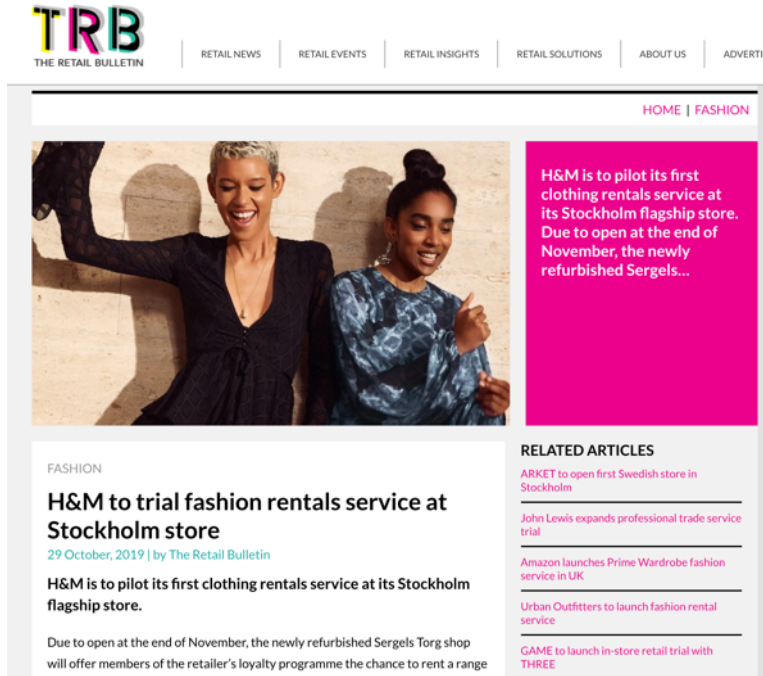
# Kaupan murros etenee, ajankohtaisia trendejä

- “Social shopping”
- Omat merkkituotteet (esim. Amazon Basic)
- Eettiset ja arvopohjaiset brändit
- Digitaalisen mainonnan tärkeys
- Amazonin laajentuminen uusille toimialoille
- Google Shoppingin kasvu mm. ruoan verkkokaupassa
- Sähköpostimarkkinoinnin ”paluu”
- Verkkokauppabrändit hakevat uutta kasvua ja kanavia



Lähde: Tara Johnson | Dec 12, 2019 | Ecommerce <https://tinuiti.com/blog/ecommerce/retail-trends/>


# Esimerkki. Vaatelainaamot



**TRB**  
THE RETAIL BULLETIN

RETAIL NEWS | RETAIL EVENTS | RETAIL INSIGHTS | RETAIL SOLUTIONS | ABOUT US | ADVERTISE

HOME | FASHION



**H&M is to pilot its first clothing rentals service at its Stockholm flagship store.** Due to open at the end of November, the newly refurbished Sergels...

FASHION

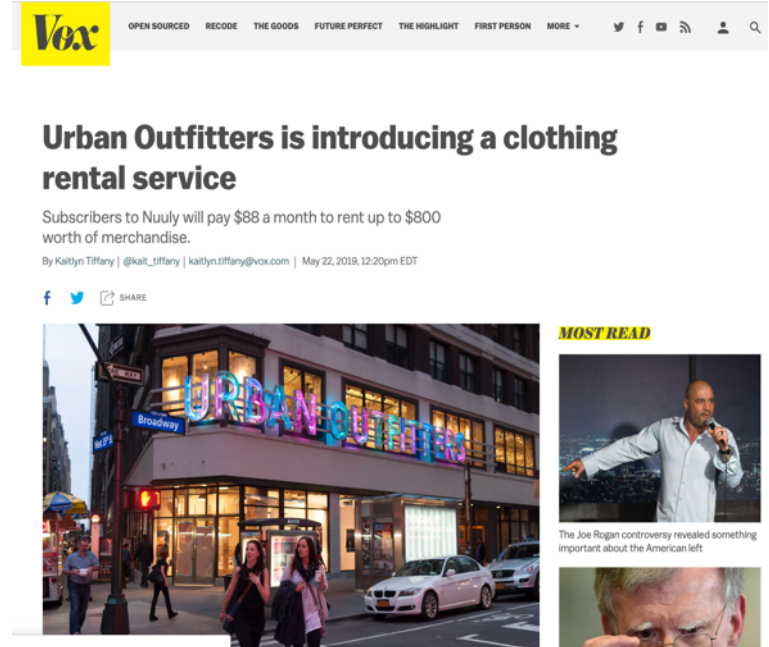
**H&M to trial fashion rentals service at Stockholm store**  
29 October, 2019 | by The Retail Bulletin

**H&M is to pilot its first clothing rentals service at its Stockholm flagship store.**

Due to open at the end of November, the newly refurbished Sergels Torg shop will offer members of the retailer's loyalty programme the chance to rent a range

**RELATED ARTICLES**

- ARKET to open first Swedish store in Stockholm
- John Lewis expands professional trade service trial
- Amazon launches Prime Wardrobe fashion service in UK
- Urban Outfitters to launch fashion rental service
- GAME to launch in-store retail trial with THREE



**Vox** OPEN SOURCED RECODE THE GOODS FUTURE PERFECT THE HIGHLIGHT FIRST PERSON MORE


f t y r i q

## Urban Outfitters is introducing a clothing rental service


Subscribers to Nuuly will pay \$88 a month to rent up to \$800 worth of merchandise.

By Kaitlyn Tiffany | @kait\_tiffany | kaitlyn.tiffany@vox.com | May 22, 2019, 12:20pm EDT


f t y SHARE



**MOST READ**



The Joe Rogan controversy revealed something important about the American left



# Kurssilla käsitellyjä teemoja ja asioita

# Kuluttajakäyttäjytymisen ja kaupan yhtäaikainen murros

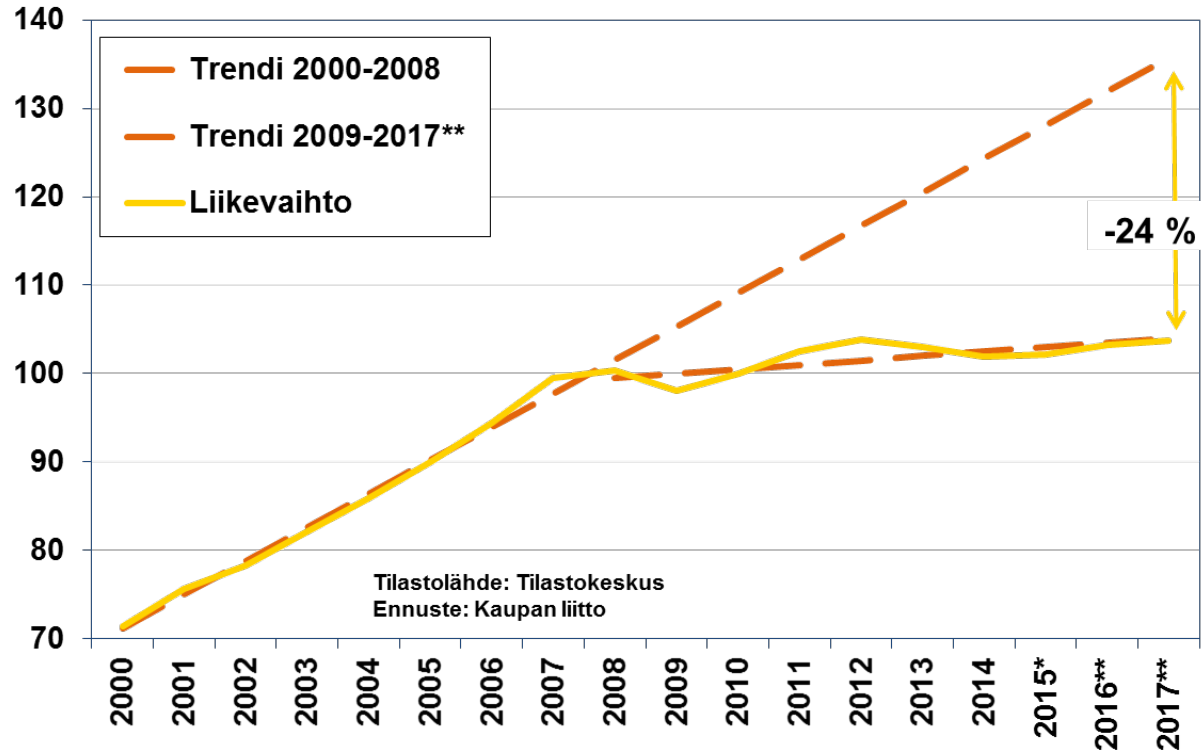
**RAKLI**  
Tilaa elämälle



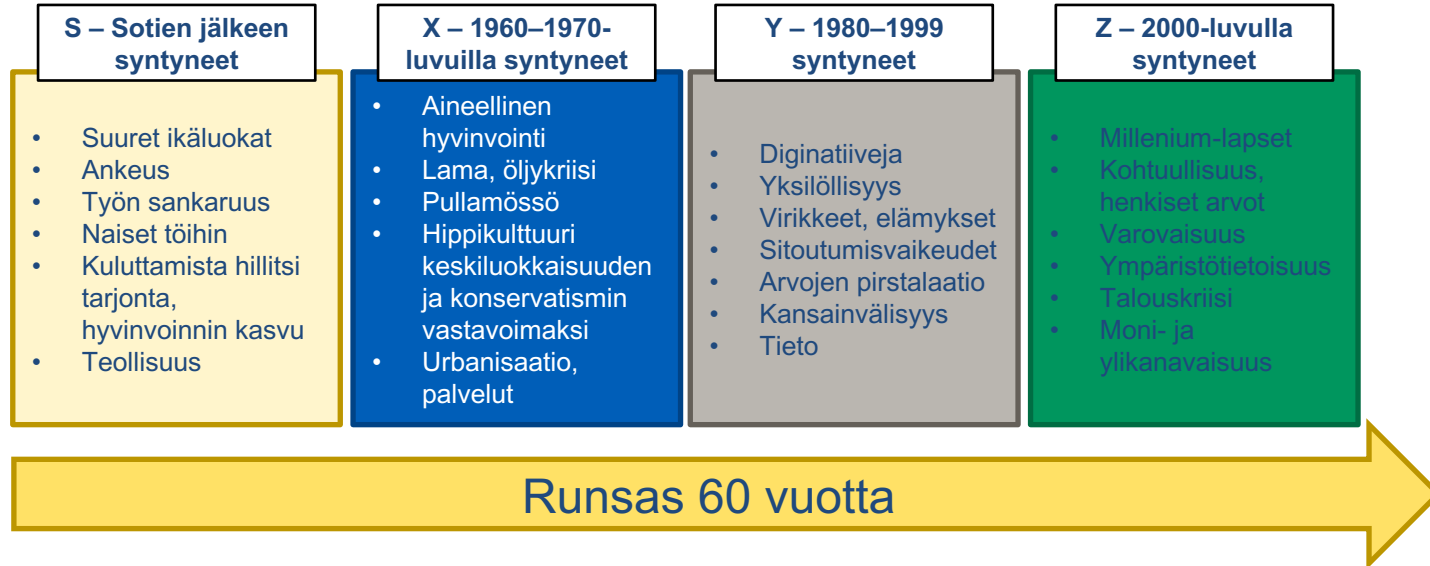
Lähde: RAKLI, Ennakointikartta/Kuluttajakäyttäjytymisen ja kaupan murros, 2017

# Vähittäiskaupan kasvu on hidastunut

Liikevaihdon määraindeksin vuosikeskiarvo



# Kaupan asiakkaiden eri ”sukupolvet”



Sukupolvia määrittävät sukupolvelle tyypilliset kokemukset

Lähde: Kirsti Jokiranta: Kaupan alan osaamistarpeet 2015+, laatinut professori Hannu Saarijärvi, 2015

# Perinteinen asiakkaan ja kaupan arvopolku



# Tulevaisuuden asiakkaan ja kaupan arvopolku



Lähde: Tiura, 2015: <http://agoralogismos.blogspot.fi/>



# Amazon ja muut toimijat haastavat kivistä ja perinteisiä vähittäiskaupan toimijoita



# Kivijalka on kärsinyt erityisesti digitalisaatiosta ja heikosta taloustilanteesta



Markkinoi tehokkaammin Postin hybridimarkkinoinnilla.



BUSINESS

## Sears, a Onetime Retail Giant, Now Banks on Bankruptcy

Edward Lampert steps down as CEO and is exploring potential bid for some stores



By Lillian Rizzo

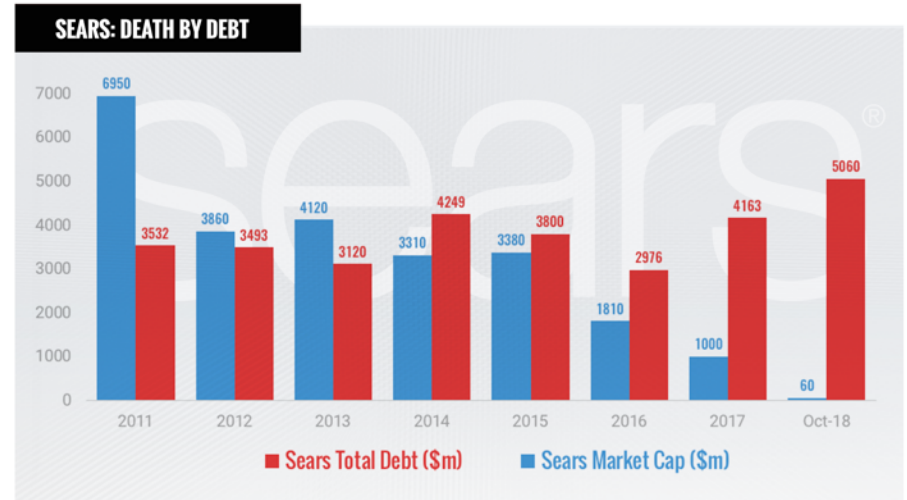
Updated Oct. 15, 2018 6:57 p.m. ET



Sears Holdings Corp. controlling shareholder Edward Lampert spent years keeping the retailer out of bankruptcy court. Now a \$300 million lifeline and a speedy chapter 11 sale may be his best chance at keeping control of its remains.



Early Monday, Sears filed for bankruptcy protection after years of struggle and relentless losses. Sears said in court papers it faces catastrophic consequences if it can't repair its

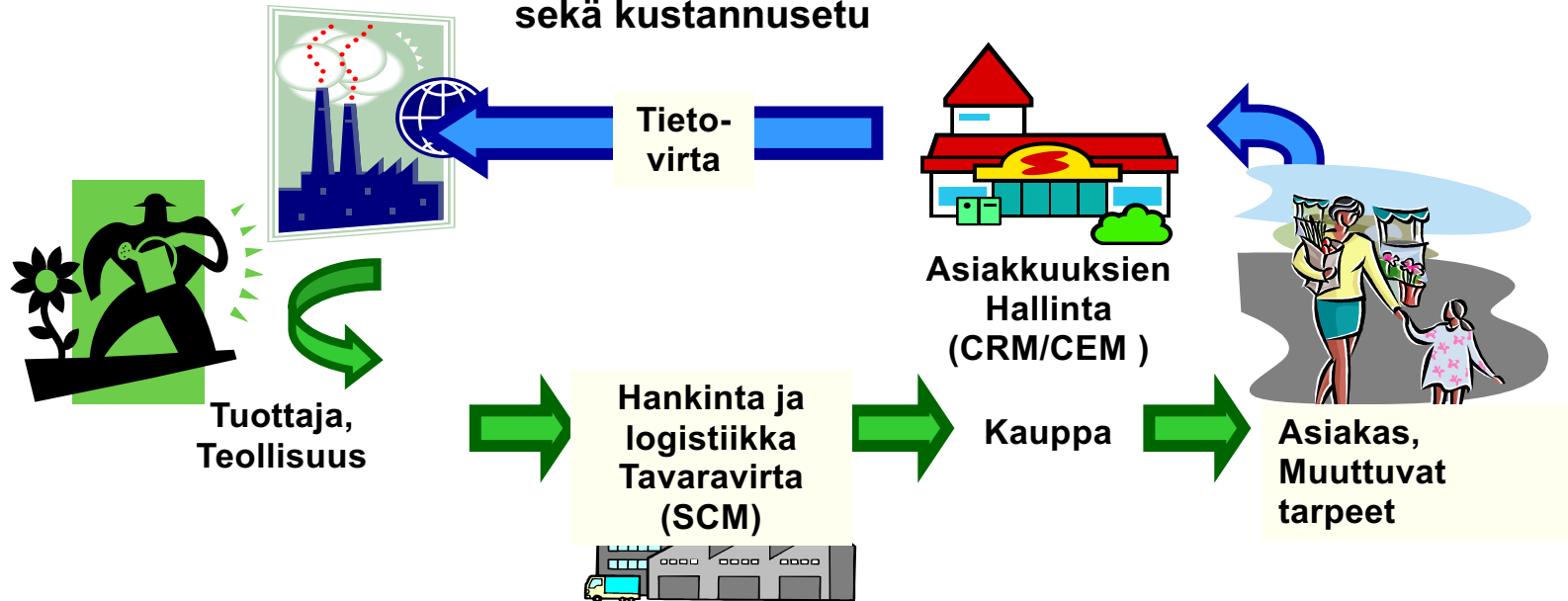


Real Money

Lähde: The Street (2018)

# Kaupan perinteinen arvoketju

Tavoite : tuotteiden ja palveluiden hyvä saatavuus,  
toimintaprosessien nopeus, yhteisellä työllä saatava korkea laatu  
sekä kustannusetu



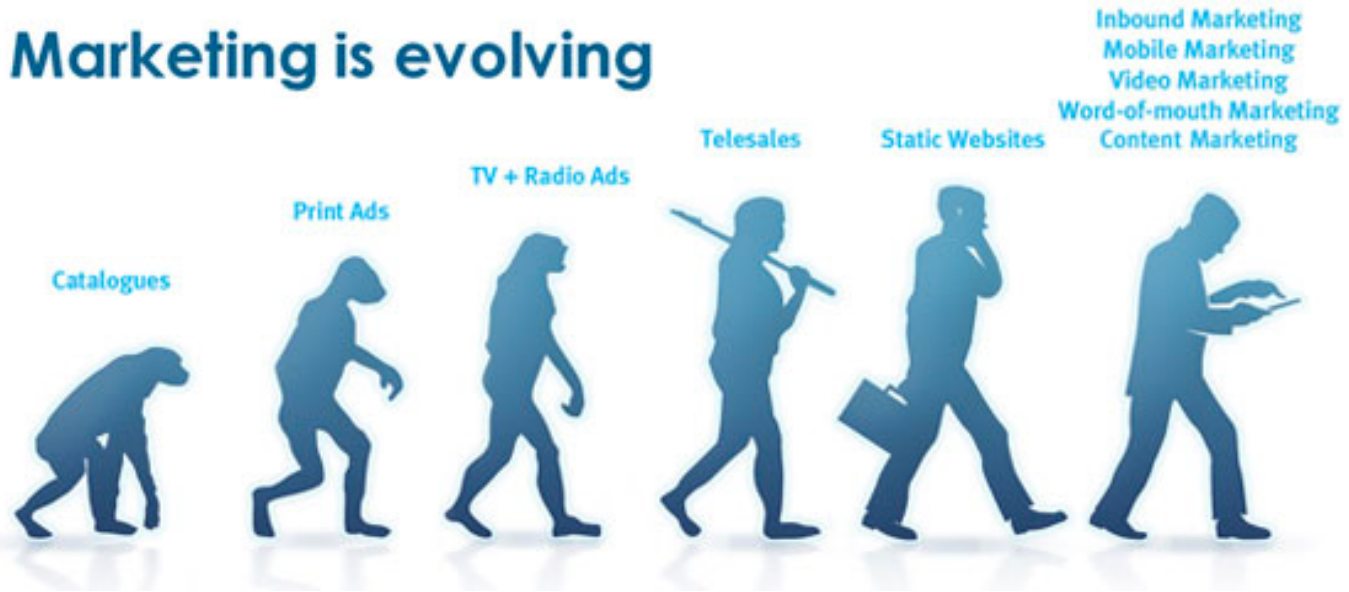
Koko toimintaketjua kehitetään yhteisesti, jotta se palvelisi asiakasta nopeammin,  
paremmin ja pienemmin kustannuksin

# Markkinapaikan ja alustan ekosysteemi – Case Alibaba



# Markkinointi on kehittynyt huomattavasti viimeisten vuosikymmenten aikana

## Marketing is evolving





VS

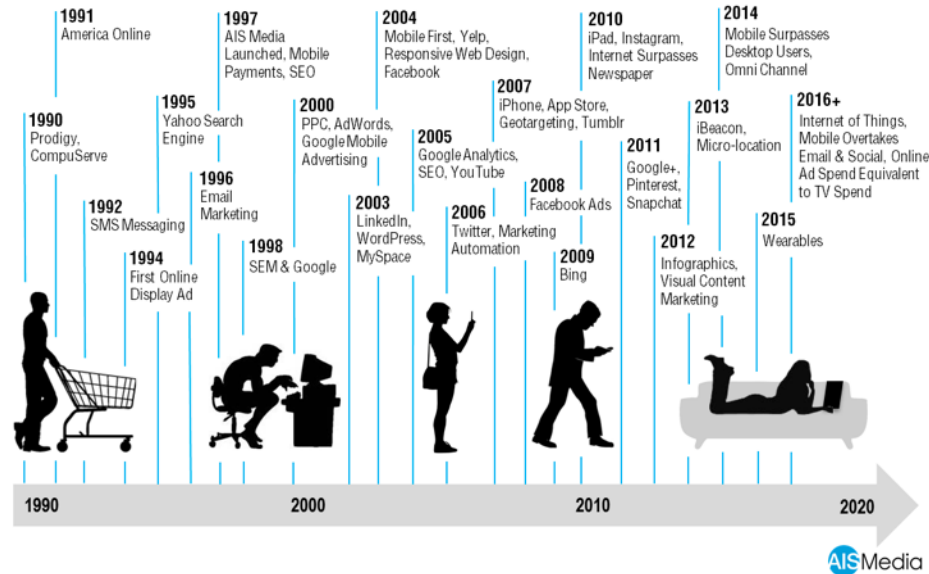


”Perinteinen” mainonta

”Dynaaminen” mainonta

# Samalla pelkästään digimarkkintiin on tullut mukaan useita uusia työkaluja

## EVOLUTION OF DIGITAL MARKETING





# Mitä on digimarkkinointi?

- Digitaalinen markkinointi on yksinkertaisesti markkinointia digitaalisten teknologioiden ja välineiden avulla.
- Parhaimmillaan yritykset hyödyntävät suurta joukkoa digikanavia markkinointitavoitteidensa saavuttamiseksi.
- Käytännössä digitaalinen markkinointi käsittää yrityksen kaikki digitaaliset välineet ja kanavat kuten yritykset kotisivut, mobiiliapplikaatiot ja sosiaalisen median näkyvyys, ja näihin sisältyvät viestintäkeinot kuten hakukoneoptimointi (SEO), hakukonemainonta, sähköpostimainonta jne.
- Digitaalinen markkinointi läpäisee yrityksen kaikki toiminnot ja asiakaskokemuksen.





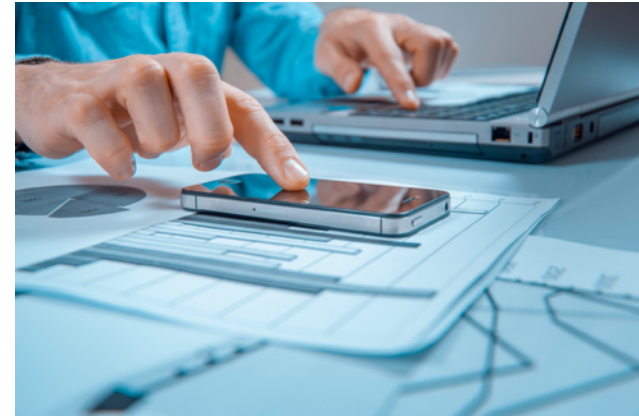
# Vähittäiskaupassa digimarkkinointi on erityisen tärkeää

- Kivijalan ja verkkokaupan rajat ovat hämärtyneet – tämän takia vähittäiskauppa tarvitsee digimarkkinointia sekä pitääkseen yhteyttä asiakkaisiinsa että myös asiakkaiden ohjaamiseksi yrityksen eri digikanaviin (verkkokauppa, some yms.)
- Etu vähittäiskaupassa on se että yrityksillä on usein paljon yksityiskohtaista dataa asiakkaistaan – he voivat hyödyntää tätä dataa markkinoinnin optimoimiseksi yksittäiselle kuluttajalle massojen sijaan.
- Etenkin pienet toimijat joutuvat kilpailemaan suuria toimijoita vastaan, jolloin digimarkkinointi voi auttaa pärjäämään kilpailussa mm. yhdistettynä mielenkiintoiseen sisältöön.



# Mitä osaamista markkinoiljilta edellytetään 2020-luvulla?

- Analytiikka
- Kirjoitus ja editointi
- SEO ja SEM (maksettu vs. orgaaninen hakukoneoptimointi)
- Sähköpostimarkkinointi
- CRM
- Sosiaalisen media
- Design ja sisällöntuotanto
- Mobiilimarkkinointi
- Esiintymistaidot ja sosiaalinen älykkyyys



# Kurssin keskeiset teemat

- Kaupan toimintaympäristö ja siihen vaikuttavat tekijät.
- Vähittäiskaupan kilpailustrategiat, kilpailuedut ja kilpailukeinot.
- Vähittäiskaupan kilpailustrategian suunnittelu ja toteutus.
- Vähittäiskaupan liiketoimintamallit, ohjausjärjestelmät ja ketjuliiketoiminta.
- Kaupan arvoverkoston johtaminen.
- Monikanavaisuus ja verkkokauppa.
- Kuluttajakäyttäytyminen ja segmentointi.

# Muutama sana tentistä

- 3h tentti, 3 kysymyskokonaisuutta (lentojen teemojen mukaisesti, 1-2 kysymystä per kokonaisuus)
- Tentti perustuu laajasti kurssin eri materiaaleihin (luennot, artikkelit, harjoitustyö)
- Korkea arvosana edellyttää ns. “rikasta” analyysiä jossa sovelletaan ja hyödynnetään laajasti kurssin keskeisiä oppeja, ja esimerkiksi artikkeleissa käsiteltyjä viitekehelyksiä
- **HUOM:** Ensimmäinen tentti on pe 28.8. Uusinta ma 28.9. Tentti suoritetaan MyCoursesissa.

# Keskustelu (15 min): Mikä kurssilla toimi, mikä ei?

- Lukupaketti (luentokalvot/artikkelit)?
- Harjoitustyö?
- Luennot?
- MyCourses?
- Jotain muuta kehitettävää seuraaville toteutuskerroille?

