

VERKKOKAUPAN EDELÄKÄVIJÄ VUODESTA 1992

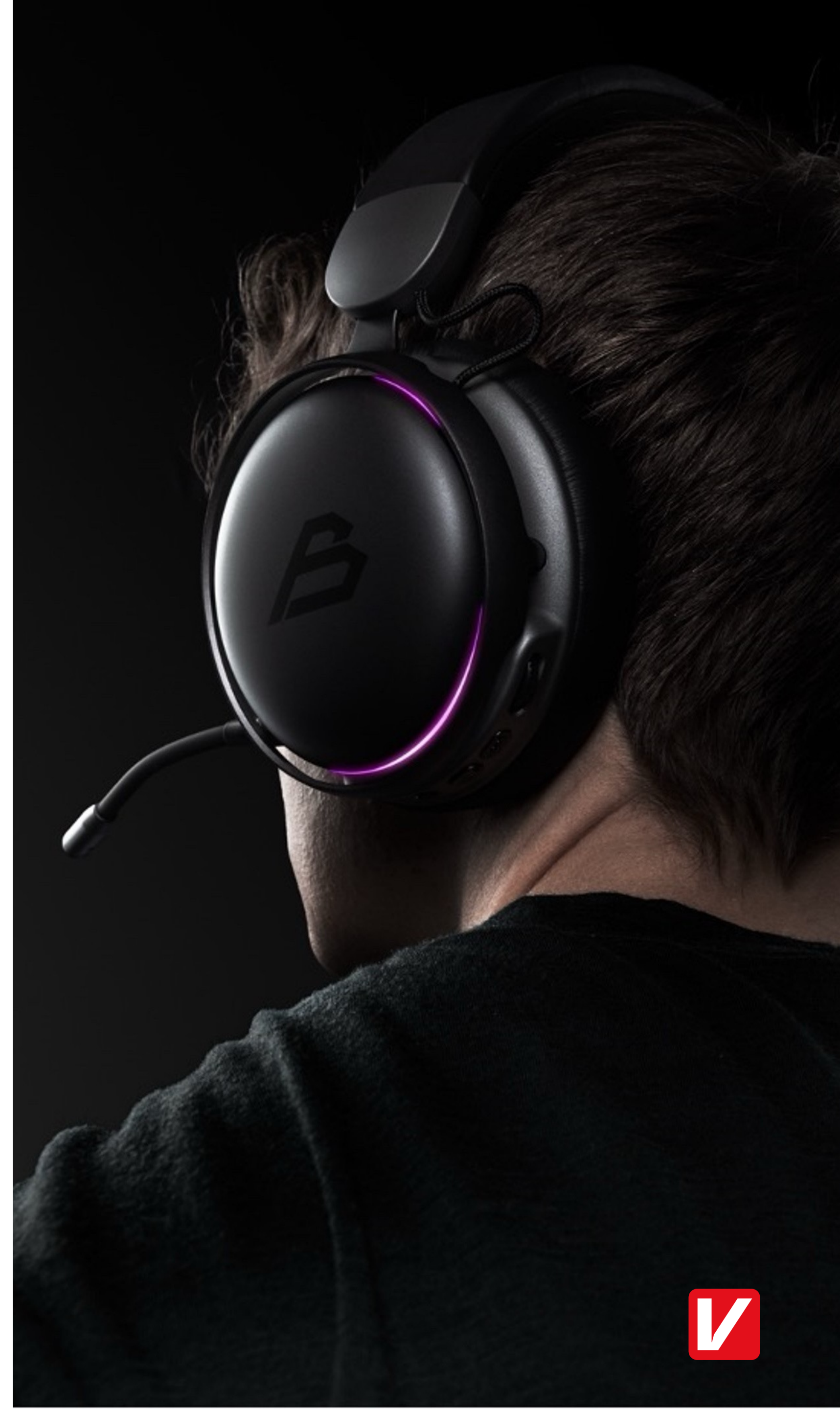
Panu Porkka / CEO
Pörssi-ilta
Helsinki 25. maaliskuuta 2025



**VERKKO
KAUPPA
.COM**

AGENDA

- 01 Yritysesittely
- 02 Strategian toteutuminen & viimeaikaisimmat kohokohdat
- 03 Markkinaympäristö
- 04 Yhteenveto



KOLME VUOSIKYMMENTÄ VERKKOKAUPAN EDELLÄKÄVIJÄNÄ

- 1992** Verkkokauppa.com perustettiin yhtenä mailman ensimmäisistä verkkokaupoista
Sisäisesti kehitetty ERP käyttöön
- 2001** Markkinoiden ensimmäiset 3 tunnin toimitukset
- 2014** Yhtiö listautui Nasdaq First Northiin
- 2015** Tuotekategoriamäärän huomattava kasvattaminen aloitettiin
- 2020** Yhtiö listautui Helsingin päälistalle
- 2022** Varastoautomaatio Autostore asennettiin päävarastoon
e-ville verkkokaupan hankinta vahvistamaan omien merkkien portfolioa
- 2023** Kansainvälisesti palkittu Vaihtokauppa-palvelu lanseerattiin
Verkkokauppa.comin alusta uudistettiin täysin
Verkkokauppa.com Tili-rahoitustuote lanseerattiin
Markkinoiden ensimmäiset kuluttajaelektroniikan tunnin toimitukset
- 2024** Uusi strategia vuosille 2024-2028 lanseerattiin: Vauhditetaan siirtymää verkkokauppaan neljän kulmakiven kautta
- 2025** Merkittävää edistystä strategisissa kulmakivissä
- tammi-
helmi
- Strateginen yhteistyö Amazon.se kanssa
 - Uuden vastuullisuusohjelman julkaisu



VERKKOKAUPPA.COM TÄNÄ PÄIVÄNÄ

Laaja tuotevalikoima

Brändien kokonaismäärä

+2 000

Omien brändien lukumäärä

52

Tuotteita valikoimassa

~60 000

Kuluttajien ensisijainen valinta

Suomen vierailuin
verkkokauppa

75M

verkkovierailua

Poikkeuksellisen alhainen
palautusprosentti

0.7%

Nopean toimituksen tuotteita

>30 000

Tyytyväinen asiakaskunta

Korkea NPS

68

Markkinoiden
sitoutuneimmat
asiakkaat

538 747

TUOTEARVOSTELUJEN LUKUMÄÄRÄ

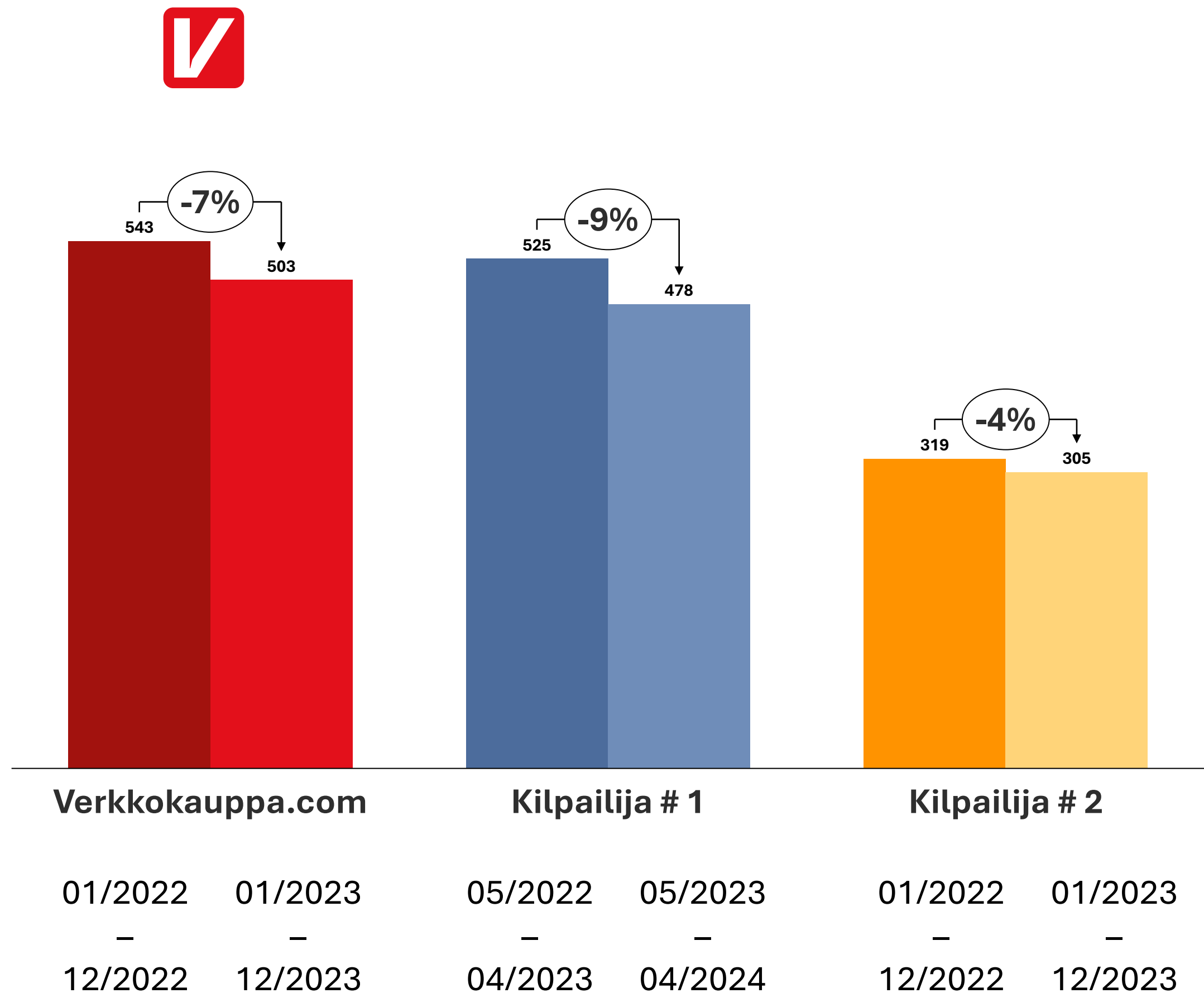
Keskimääräinen
asiakasarvostelu

4.4

Keskimääräiset tähdet kaikissa
arvosteluissa 1-5 asteikolla

Huomio: Kaikki luvut perustuvat vuoteen 2024

SUOMEN JOHTAVA KULUTTAJAELEKTRONIIKAN TOIMIJA

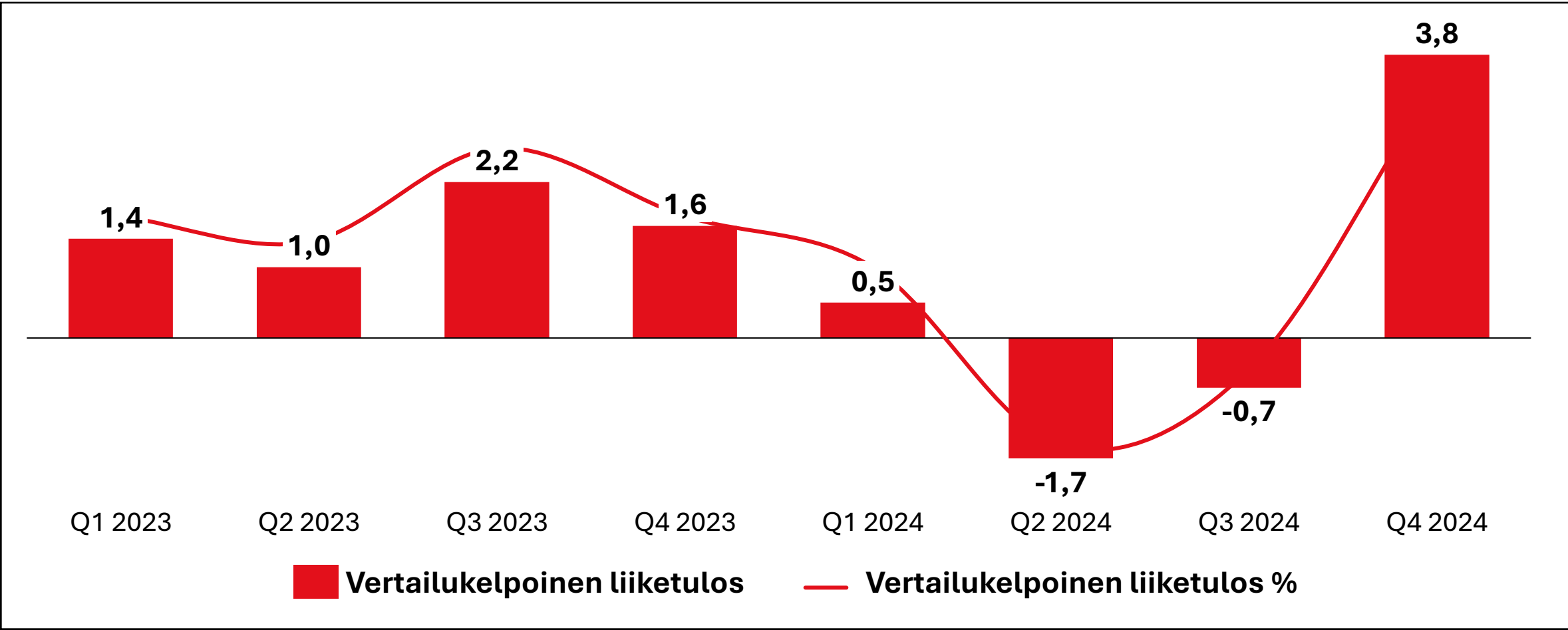


HAASTAVASTA VUODESTA 2024 HUOLIMATTA TULOS PARANI MERKITTÄVÄSTI NELJÄNNELLÄ VUOSINELJÄNNEKSELLÄ

Avainluvut

Milj. euroa	Q4/2024	Q4/2023	Muutos	FY2024	FY2023	Muutos
Liikevaihto	140,2	150,6	-6,9%	467,8	502,9	-7,0%
Myyntikate	23,3	23,1	+0,2 meur	75,8	80,9	-5,1 meur
Myyntikate, %	16,6%	15,3%	+1,3pp	16,2%	16,1%	+0,1pp
Henkilöstökulut	9,6	9,9	-3,1%	35,9	36,7	-2,1%
Muut toimintakulut	9,2	9,7	-5,1%	32,9	33,5	-1,7%
Liiketulos	3,0	1,8	+1,2 meur	0,6	4,7	-4,1 meur
Vertailukelpoinen liiketulos	3,8	1,6	+2,2 meur	1,8	6,1	-4,3 meur
Kauden tulos	2,6	1,2	+1,4 meur	-0,8	2,1	-2,9meur

Vertailukelpoinen liiketulos (meur)



Q4/2024 kehitys

- Vahva kannattavuuden paraneminen katteen ja kustannustehokkuuden ansiosta
- Vertailukelpoiset kiinteät kustannukset laskivat 9 %
- Kustannusten aleneminen johtui uudelleenjärjestelyistä ja kustannustehokkuustoimista
- Vertailukelpoinen liiketulos (EBIT) kasvoi 3,8 milj. euroon eli 2,7 %:iin
- Liiketulos (EBIT) kasvoi 3,0 milj, euroon eli 2,1 prosenttiin liikevaihdosta

Taloudellinen asema

- Hyvä varastonkierto ja alhainen huonosti kiertävien tuotteiden määrä
- Varastonarvo laski 51,1 milj. euroon (62,7)
- Vahva kassa - kassavarat kasvoivat 35,6 milj. euroon (31,9)

STRATEGIAN TOTEUTUMINEN JA VIIMEAIKAISIMMAT KOHOKOHDAT

VAUHDITAMME VERKKOON SIIRTYMISTÄ NELJÄN KULMAKIVEN AVULLA, JOTKA JOHTAVAT KANNATTAVAAN KASVUUN

MISSIONME

**VÄHITTÄISKAUPAN
PELISÄÄNTÖJEN
UUDISTAMINEN**

KETTEREYYS

LÄPINÄKYVYYS

YHTEISÖLLISYYS

ROHKEUS

REBEL OF RETAIL

1. NOPEIMMAT TOIMITUKSET

- Pikatoimitukset ovat ostokokemuksen uusi normaali
- Vaivattomin ostokokemus
- Automatisoidut tuotevirrat ja sisälogistiikka

2. KURATOITU VALIKOIMA

- Ensimmäisenä lanseeraamassa uusimpia tuotteita ja innovaatioita
- Laaja valikoima ja paras saatavuus valituissa kategorioissa
- Korkealaatuinen omien brändien valikoima

3. UUDET LIKETOIMINTAMALLIT

- Uudet tilauspohjaiset palvelut, uusi omistamisen normi
- Uudet ansaintamallit, esim. Retail media
- Toimituksien uudet toimintamallit

4. OPERATIIVINEN ERINOMAISUUS

- Tehokkaimmat vähittäiskaupan toiminnot
- Monipuolinen ja kehittynyt oma verkkokauppa-alusta
- Data- ja tekoälypohjainen työskentely

VISIONME

LUODA OSTAMISEN JA OMISTAMISEN UUSI NORMAALI

Markkinaa
nopeampi, yli 5
prosentin vuotuinen
liikevaihdon kasvu
(CAGR)

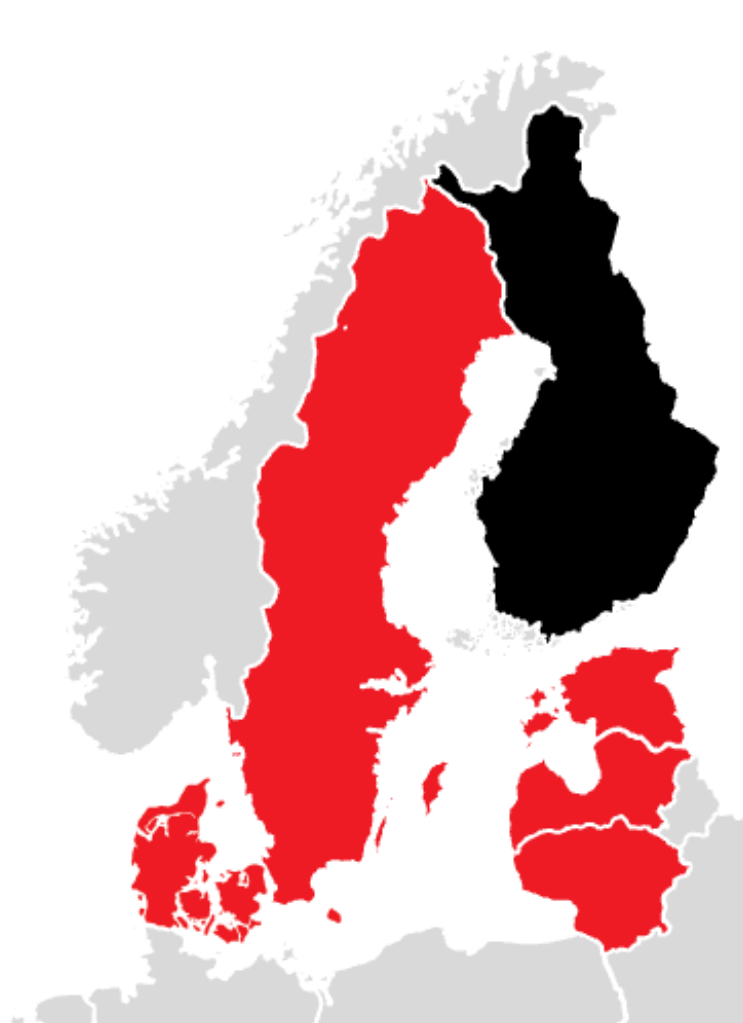
Kiinteät
kustannukset alle
10 % liikevaihdosta

Liikevoittomarginaali
yli 5 %

STRATEGIAN TOTEUTUMISEN VIIMEAIKAISIMMAT KOHOKOHDAT

Laajentuminen Ruotsiin

Verkkokauppa.com laajentui (2/2025) Ruotsiin yhteistyössä Amazonin kanssa, tarjoten ainutlaatuisen mahdollisuuden laajentua Pohjoismaiden suurimmille markkinoille sekä kustannustehokkaasti että nopeasti.



Laajentuminen Tallinnaan

Verkkokauppa.com laajentui Tallinnaan yhteistyössä Woltin kanssa, tarjoten laajan kuluttajaelektroniikkavalikoiman, jossa on 10 500 SKU:ta.

Asiakasrahoitus

Asiakasrahoituspalveluiden tuotot kasvoi 7,8 miljoonaan euroon (6,8 miljoonasta), mukaan lukien korkotuotot, palkkiot ja komissiot.



Omat merkit

Omien brändien myynti kasvoi +18 % vuonna 2024 verrattuna edelliseen vuoteen. Kasvu tuli erityisesti suurista kodinkoneista, urheiluvälineistä ja IT-tarvikkeista. Omien brändien osuus liikevaihdosta oli 6,8 % vuonna 2024.



Tunnin toimitukset

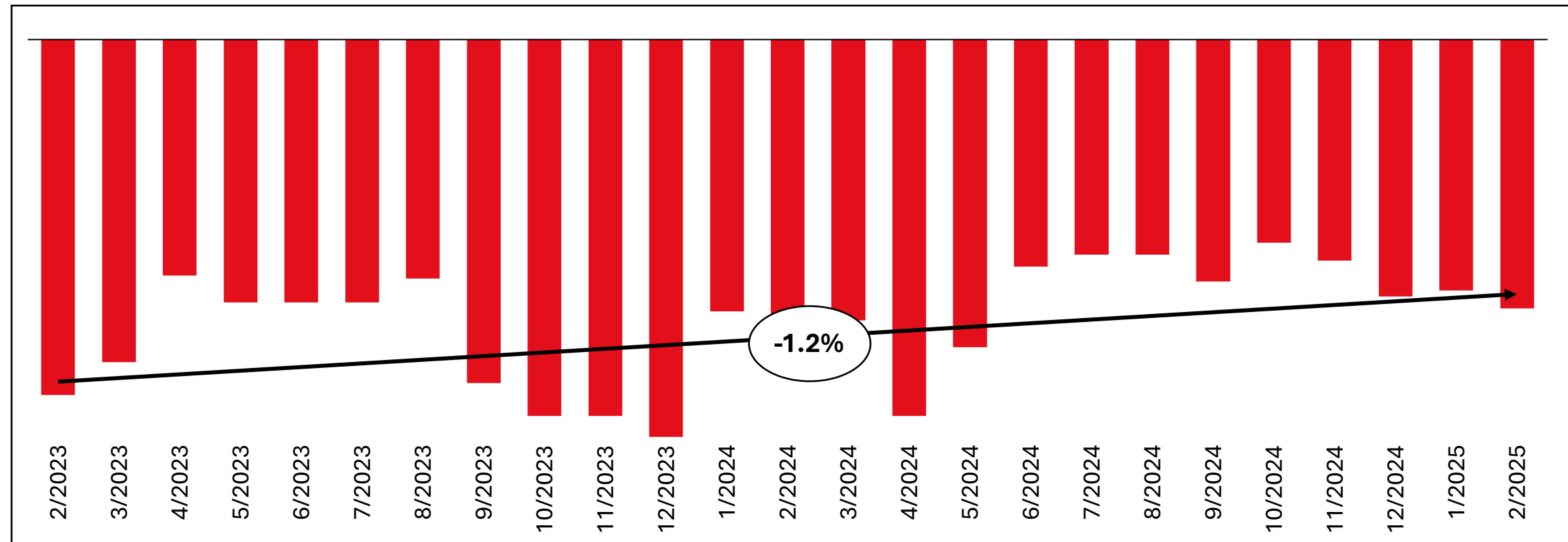
Tunnin toimitukset tavoittivat 1,7 miljoonaa kuluttajaa Suomessa ja kasvoivat 18 % Q4 2024. Nopeiden toimitusten osuus kaikista verkkotilauksista kasvoi 16,0 %:iin Q4 2024 (12,0 % Q4 2023).



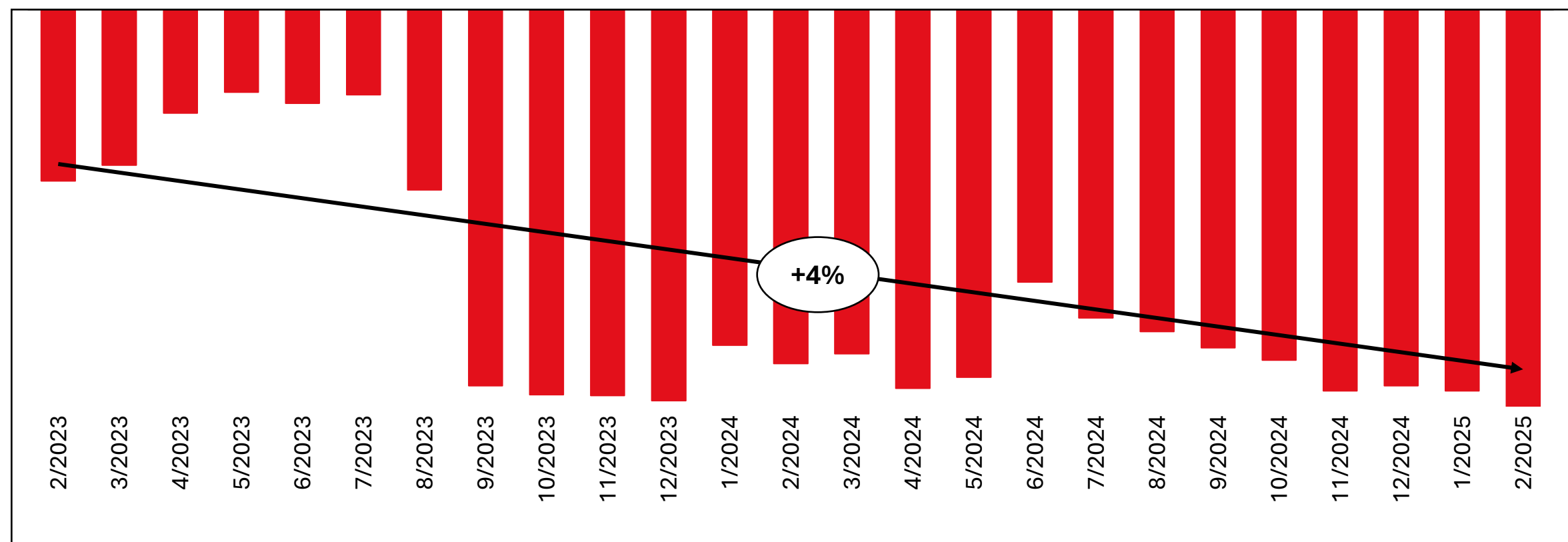
MARKKINAYMPÄRISTÖ

KULUTTAJIEN LUOTTAMUS ON PYSYNYT HEIKKONA VIIME VUOSINA

Kuluttajien luottamus Suomessa



Kuluttajien odotukset työttömyyden kehittymisestä seuraavan 12 kk:n aikana



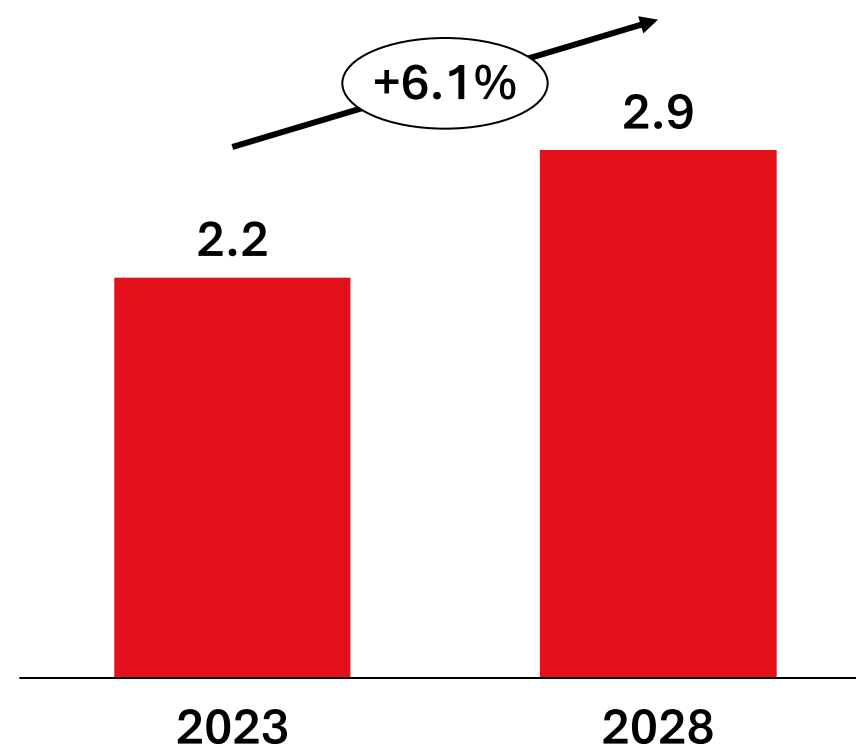
Lähde: Tilastokeskus

- Vuonna 2024 markkinaympäristö oli haastava erikoiskaupalle, ja sitä leimasi kuluttajien heikko luottamus ja varovainen kulutus
- Kuluttajien luottamus ja arvio oman talouden tilanteesta pysyi vaimeana koko vuoden 2024 ajan
- Viimeiset kaksi vuotta on pidetty erittäin epäedullisena kestokulutustavaroiden hankinnalle
- Odotukset työttömyyden yleisestä kehityksestä heikkenivät entisestään vuoden 2024 loppua kohti

KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN ON MURROKSESSA – USEAT TRENDIT OVAT SUOTUISIA VERKKOKAUPPA.COM:LLE

Verkkokaupan kohdemarkkinat,
Suomi (mrd. EUR) 2023-2028

CAGR '23-'28



Lähde: Statista

ONLINE-SIIRTYMÄ

Kohdemarkkinat siirtyvät yhä enemmän verkkoon, mikä heikentää kivijalkamyymälöiden asemaa

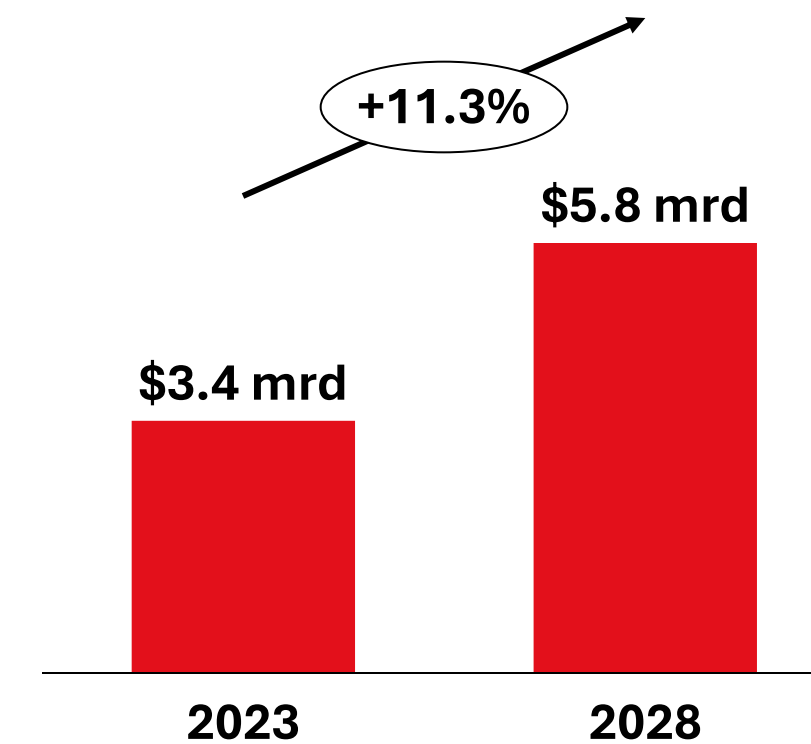


YLEISTYVÄT PIKATOIMITUKSET

Nopeus ja vaivattomuus ovat ostamisen uusi normi

Osta nyt – maksa myöhemmin
-markkina Suomessa (USD)

CAGR '23-'28



Lähde: Statista

UUDET TAVAT OSTAA JA OMISTAA

Uudet ostamisen ja omistamisen tavat ovat yhä merkittävämpiä

Ostaisi käytettyä elektroniikkaa

62%

Lähde: Verkkokauppa.com vastuullisuustutkimus 2024, n=1044

KIERTOTALOUS KASVUSSA

Vastuullisuuden ja kiertotalouden merkitys kasvussa



MARKKINANÄKYMÄT 2025

- Yleisen markkinakysynnän odotetaan pysyvän varovaisena vuoden ensimmäisellä puoliskolla alhaisen kuluttajaluottamuksen vuoksi.
- Vuoden toisella puoliskolla yksityisen kulutuksen ennustetaan elpyvän ostovoiman vahvistuessa. Ostovoimaa tukevat nousevat tulotasot, hidastuva inflaatio ja matalammat korot. Kilpailun odotetaan pysyvän tiukkana.

Yhtiö uskoo:

- pystyvänsä hyödyntämään kaupankäynnin siirtymistä verkkoon ja parantamaan markkina-asemaansa valitsemissaan tuotekategorioissa
- että asiakkaiden siirtyminen verkkokauppaan tulee olemaan pysyvää, ja jatkuvasti enemmän toimituksia tehdään pikatoimituksina.



TULOSOHJEISTUS VUODELLE 2025

Verkkokauppa.com odottaa vuoden 2025 liikevaihdon ja vertailukelpoisen liiketuloksen kasvavan.

Vuonna 2024 yhtiön liikevaihto oli 467,8 miljoonaa euroa ja vertailukelpoinen liiketulos 1,8 miljoonaa euroa.

Tulosohjeistus sisältää epävarmuustekijöitä liittyen ostovoiman ja kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin. Liiketoimintamme on kausiluontoista ja liikevaihto ja tulos ovat paljolti riippuvaisia viimeisen neljänneksen myynnistä.

YHTEENVETO

- Verkkokaupan edelläkävijä vuodesta 1992 lähtien
- Kuluttajaelektroniikkakaupan markkinajohtaja
- Haastavan vuoden 2024 loppua kohden Verkkokauppa.com paransi merkittävästi tulostaan
- Strategian toteutus on hyvällä mallilla, mikä näkyy laajentumisena Ruotsiin, Tallinnan markkinoille tulona, yhden tunnin pikatoimituksina 1,7 miljoonalle kuluttajalle sekä kustannustehokkuuden parantumisena uudelleenjärjestelyjen ja säästötoimenpiteiden kautta
- Yritys on strategisesti asemoitunut tulevaisuutta varten, ja sitä tukevat useat nousevat trendit, joiden odotetaan edistävän kasvua

