

## **VR perusti Columbia Roadin kanssa uuden verkkokaupan – viimevuotista ruoan verkkokauppaa hyödyntänyt ketterä suunnittelutapa toi 50 % pienemmät perustamiskulut**

Viime vuonna perustettu ravintolavaunun tuotteita, kuten lihapulla-annoksia myyvä verkkokauppa sai tänä keväänä jatkoa, kun VR jatkoi ketteriä verkkokauppakokeiluja yhdessä digitaaliseen myyntiin erikoistuneen Columbia Roadin kanssa. Tavaravaunu-nimisen verkkokaupan tavoitteena on tarjota asiakkaille elämyksiä myös junamatkan ulkopuolella.

Projektissa hyödynnettiin viime vuonna toteutetun verkkokaupan designia ja tekniikkaa. Tavaravaunu-kauppa myy muun muassa suosittuja Brio-junia ja Pure Wasten tekemiä kangaskasseja, jotka on valmistettu VR:n työntekijöiden vanhoista työvaatteista.

*“Aiemman verkkokaupan hyödyntäminen mahdollisti jopa 50 % pienemmät ulkopuoliset suunnitteluinvestoinnit VR:lle, koska pystyimme hyvin pitkälle hyödyntämään aiemmin suunnitellun ravintolaruoan verkkokaupan designia ja toiminnallisuuksia. Myös esimerkiksi analytiikka voitiin monistaa uuteen kauppaan”,* kertoo projektissa mukana ollut **Fabian Häusler** Columbia Roadilta.

Uusille tuoteryhmille perustetut verkkokaupat mahdollistavat aiempien verkkokaupparatkaisujen skaalaamista tehokkaasti myös isoissa VR:n kaltaisissa organisaatioissa.

*”Olemme kehittäneet pandemian aikana uutta liiketoimintaa ja palveluita. Meille on tärkeää kehittyä jatkuvasti ja kokeilla uusia palveluita nopeasti ja ketterästi. Tavaravaunun avaaminen oli luonteva seuraava askel verkkokauppatoiminnassa. Me kaikki käytämme entistä enemmän aikaa verkossa ja uskomme, että tällä saralla on mahdollisuudet vaikka mihin”,* kertoo VR:n matkustajaliikenteen johtaja **Topi Simola**.

Uusi verkkokauppa löytyy [täältä](#).

-

[Kuvapankki](#)

### **Yhteystiedot:**

Fabian Häusler

[fabian.hausler@columbiaroad.com](mailto:fabian.hausler@columbiaroad.com)

0400 374624

# Columbia Road

*Columbia Road on Pohjoismaiden johtava digitaaliseen myyntiin erikoistunut teknologiakonsultointiyhtiö. Yritys tarjoaa asiakkailleen myynnin optimointia ja automatisointia kokonaisvaltaisesti: asiakashankinnasta digitaalisten myyntikanavien tekniseen rakentamiseen ja kehittämiseen sekä asiakkuuksien kasvattamiseen. Futurice-konserniin kuuluva yhtiö on kasvanut keskimäärin 70 % vuosivauhtia ja työllistää tällä hetkellä yli 120 konsulttia Helsingissä ja Tukholmassa. Sen asiakkaita ovat sekä kuluttaja- että B2B-yritykset, kuten Marimekko, SAS ja Lassila & Tikanoja.*