

e-handeln – en liten jätte

- **En fjärdedel av svenskarna handlar på nätet regelbundet. Det är en ökning under det senaste halvåret, men betydligt färre än många förväntat.**
- **Tre procent av alla köp sker via nätet. 90 procent av de som handlar är nöjda.**

– Se e-handeln som en kanal bland alla andra. Utvärdera kontinuerligt och ha inte för bråttom. Kunden måste ha ett tydligt värde av att handla på nätet. Det rådet ger Erik Enecker, e-handelsexpert på management- och IT-konsultbolaget Askus. Askus har tillsammans med Handelshögskolan i Stockholm följt upp den studie i svenska folkets köpbeteende på internet som gjordes i höstas. I den andra studien har 1200 slumpmässigt utvalda personer mellan 18 och 65 år deltagit.

Bekvämt viktigast

Studien visar att en tredjedel av svenska folket någon gång har handlat på internet. Andelen som har gått vidare och provat fler köp har ökat markant sedan augusti 2000, med tolv procent till 33 procent. En fjärdedel handlar regelbundet på nätet, en ökning med fem procent. Konsumenterna uppskattar att ungefär tre procent av deras köp sker via nätet. Av de som handlat är närmare 90 procent nöjda med sina köp. Bekvämt och tidsbesparande är fortfarande de viktigaste skälen till att handla på nätet. Närmare hälften av de som har handlat i studien anger det som skäl (jämför 27 procent 1999). Att varan är billigare har inte längre lika stor betydelse, 29 procent i den senaste studien (35 procent).

Dubbelt så många böcker och resor

Skivor, resor och böcker är de varor vi köper mest över nätet. Andelen köp av böcker och resor på internet har i det närmaste fördubblats. Närmare 70 procent av de som handlar resor över nätet gör det för att det är bekvämt och tidsbesparande. – Ser vi till hemelektronik är det lika många som handlar för att det är bekvämt som handlar för att det är billigare, närmare 40 procent. Du måste välja väg, vilken kundgrupp vill du nå? kommenterar Erik Enecker. Studien visar överlag att kunderna har överskattat ökningen av andel köp över internet under det senaste halvåret.

Öppna glasskiosken när solen skiner

– Lär känna dina kunder. Vilka kundvärden driver deras beteenden, vilka kanaler vill dom använda och hur? är Eriks rekommendation. Att integrera försäljningskanalerna är viktigt. – Använd alla kanaler på ett enhetligt sätt. Ett tydligt varumärke och samma budskap är en av de avgörande faktorerna. Varan ska kunna köpas på olika sätt, var noga med tajmingen. Förbered en glasskiosk under våren och se till att den är färdig att öppnas när solen skiner, säger Erik.

Många säger nej

Knappt 65 procent av Sveriges befolkning använder internet regelbundet. Barriärerna för att komma dit är flera. Nästan 20 procent av de som inte använder internet idag ser inget värde med att överhuvudtaget gå in där. Ett annat hinder är att internetuppkopplingen fungerar så dåligt att man ger upp. I studien framgår också att vissa handelsplatser har tekniska problem med sajten. Av alla som använder internet ser ändå 75 procent ett värde i e-handel.

För mer information kontakta:

Erik Enecker, konsult Askus AB
Marianne Oftedal, informationschef Askus AB
www.askus.se

070-355 52 51, 08-459 80 00
070-355 52 13, 08-459 80 00

Askus är ett konsultföretag som utvecklar och förenar kundernas affärer, medarbetare och teknik. Genom att kombinera mångårig erfarenhet med kunskap inom management och IT möter vi kundernas behov. Vi vill bidra till mental och teknisk förnyelse. Askus har 300 medarbetare som arbetar utifrån Strategy & Change, e-Solutions & Systems Development och Wireless Technology.