

Stay competitive

Hvad er vigtigt for de mest aktive e-handlende? Vi har den indsigt, der styrker din konkurrenceevne.



KUNDERNE	4
SYNLIGHED, TILLID OG GENKØB	6
LEVERING	10
RETURNERING	14

Stay competitive

”Hurtig, let og helt uden unødvendig kommunikation”. Det er sådan, kunderne beskriver en webbutik, de vender tilbage til. Er din webbutik så optimal?

Hvis din webbutik skal styrke sin konkurrenceevne, skal du kende dine kunder og opbygge gode relationer. Der skabes en god relation, når du vinder kundernes tillid. I denne udgave af Bring Research har vi kun valgt at tale med de kunder, der køber fysiske varer på nettet mere end én gang om måneden. Den aktive e-handlende har bred erfaring med e-handel og ved, hvad der adskiller en god webbutik fra en mindre god. Hvis du vil vinde konkurrencen fremover, skal du være bedst. Det er ikke altid de store indgreb, der kræves – små ændringer kan

faktisk løfte dig flere trin. Denne rapport viser, at du skal tilbyde kunderne fleksibilitet og nemme løsninger, der sparer tid for dem, hvis du vil vinde deres tillid.

Dem, det lykkes for, forstår kundernes behov, og de kommunikerer tydeligt med deres kunder. Hvis du kan tilfredsstille den aktive e-handlende, er du på rette vej. Brug rapporten, og benyt de gode råd og tips til enkle forbedringer – baseret på hvordan kunderne vil have det. God læselyst!



Hvem er den aktive e-handlende?

Vidste du, at mænd har overvundet en stor barriere inden for e-handel? Se mere på næste side.



Jeg sparer meget tid og kørsel i bil, når jeg handler på nettet

Kvinde 37, Norge

Hvad og hvordan handler den aktive e-handlende?

De sidste fem år er antallet, der handler varer på nettet flere gange om måneden, næsten fordoblet.

I Norge handler 34 procent af befolkningen fysiske varer på nettet flere gange om måneden. I Sverige er det 39 procent og i Danmark 32 procent.

Disse kunder ved, hvad de forventer af en god købsoplevelse fra de starter en søgning, til de har modtaget eller returneret varen. Hvis du kender deres forventninger, kan du opfylde deres krav. Hvis du leverer en dårligere service, end den aktive kunde forventer, risikerer du, at væksten stagnerer eller falder.

Hvad køber de aktive kunder mest af? Tøj er den største kategori, og sko er nummer tre både blandt kvinder og mænd. Aktive mandlige e-handlende har småelektronik som næststørste kategori, mens det for kvinder er sundhed, kosmetik og apoteksvarer, der er nummer to.

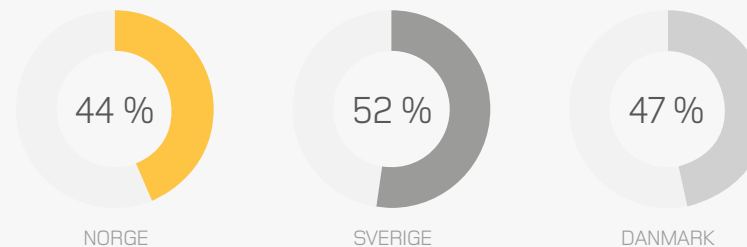
Hos den samlede befolkning er det anderledes. Her topes småelektronik for mænd, mens bøger erstatter sko for begge køn.



UNDERSØGELSEN VISER:

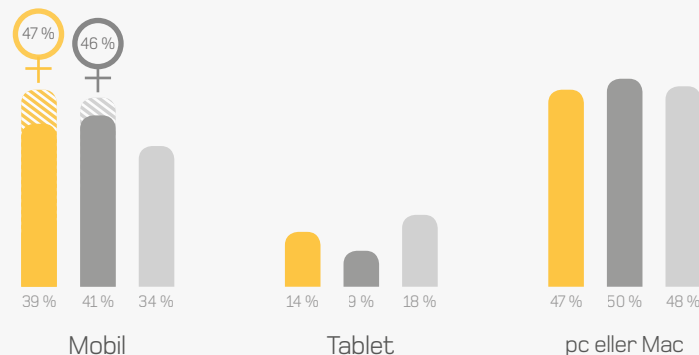
Gruppen af erfarne e-handlende vokser, og de gennemfører snart halvdelen af deres køb på nettet

Tallene er eksklusive dagligvarer på nettet



Tøj topes listen i både Norge, Sverige og Danmark

Sidste køb er fordelt mellem enhed og land:



HVAD BETYDER DET?

Den aktive e-handlende køber varegrupper, som resten af den samlede befolkning er mere tilbageholdende med som for eksempel sko.

Det gælder nu også for mænd. En barriere er brudt ned ved at mænd med et aktivt købsmønster nu køber både tøj og sko på nettet – noget de ikke gjorde i så stor udstrækning tidligere.

Mobilen er vigtig, kvinder køber meget ofte på mobilen og i større udstrækning end mænd gør.



TIPS OG RÅD

- Sørg for at udvikle dine mobilsider, og gør det nemt at handle på mobilen
- Kend dine kunder, og test løbende
- Hold øje med, hvad konkurrenter og andre webbutikker tilbyder. Kunderne sammenligner og ved, hvad de vil have



Synlighed, tillid og genkøb

Vidste du, at der er forskel på, hvordan mænd og kvinder finder nye webbutikker? Se mere på de næste sider.



Enkelt overblik,
behagelig og god
brugeroplevelse.
Let at finde varer.

Mand 43, Norge

Hvordan finder nye kunder din webbutik?

Synlighed på Google er klart den vigtigste vej til nye kunder. Men det bliver stadig vigtigere at optimere andre flader også.

Hvis vi ser bort fra Google og andre søgemaskiner, ser vi tydelige kønsforskelle i, hvordan kunderne finder nye webbutikker.

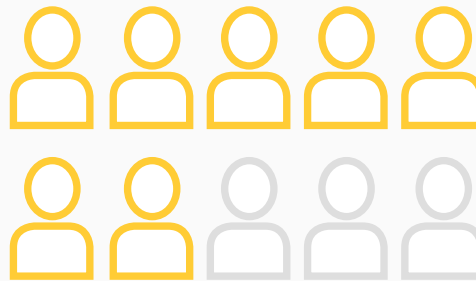
Er kvinder din primære målgruppe så er sociale medier og tips fra venner og bekendte meget vigtige kilder. Mænd finder i langt større grad nye webbutikker på sider der sammenligner priser.

» Sad i bussen på vej hjem og googlede og fandt op til flere webbutikker, der sælger det, jeg kan lide – cool.

Mand 22, Sverige

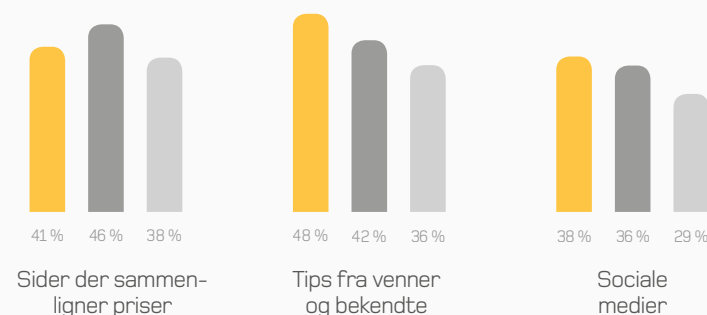


UNDERSØGELSEN VISER



7 ud af 10 bruger Google eller andre søgemaskiner

Andre vigtige kilder til synlighed



HVAD BETYDER DET?

Google rangerer gode mobilsider højere end pc, så webbutikker med gode mobilsider kommer højere op i søgeresultatet.

Gør det nemt for nye kunder at føle sig tryk i din webbutik. Mange der kommer ind via en søgning, prissammenligning eller sociale medier, kommer ofte direkte til produktsiden. Derfor er det vigtigt, at relevante salgsargumenter som hurtig levering og enkel returnering følger med fra startside.



TIPS OG RÅD

- Fokuser på mobilsider
- Arbejd aktivt med SEO
- Glem ikke produktsiderne, salgsargumenterne skal følge med dertil
- Hav en tydelig strategi for sociale medier

Hvad er afgørende for, om kunderne får tillid til din webbutik?

Tillid er et vigtigt fundament i alle gode relationer. Hvordan kan du opbygge tillid hos den aktive e-handlende?

Hvis den aktive e-handlende får tillid til din webbutik, er der stor sandsynlighed for, at resten af de e-handlende også får det. Mange kunder synes, det skaber tillid at se, hvad andre mener om webbutikken. Det kan du selv sørge for ved at vise tilbagemeldinger på varer og oplevelser.

Som i afsnittet "synlighed" er det også muligt at åbne for anmeldelser på sociale medier. Husk også, at god dialog og kommunikation med kunderne er med til at opbygge tillid.

Tydelig information om levering og returløsning er vigtig, allerede når kunden kommer ind i din webbutik. Det er også essentielt at tilbyde sikre og gode betalingsløsninger.

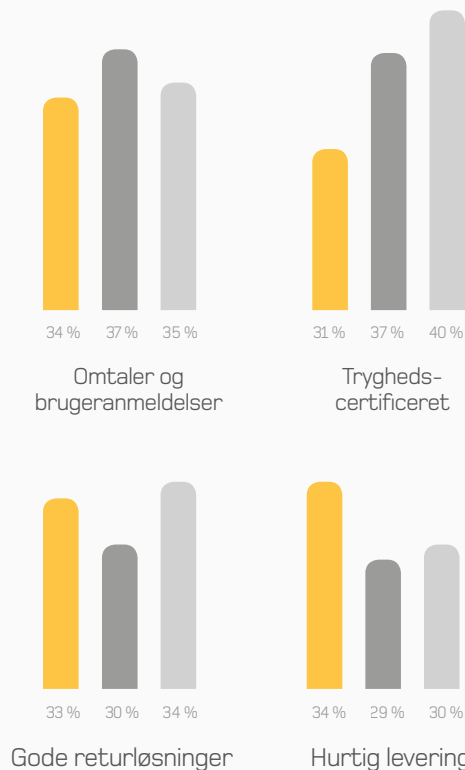
» Jeg foretrækker tøjbutikker, hvor jeg kan læse, hvad andre mener om størrelserne – det føles mere trygt.

Mand 37, Norge



UNDERSØGELSEN VISER

Gode priser, godt vareudvalg og gode betalingsløsninger giver basis for tillid. Derudover lægger kunderne vægt på følgende:



HVAD BETYDER DET?

Kommunikér enkelt og tydeligt om de elementer, der skaber tillid og tryghed for kunderne. Det kan være triggeren, der udløser et køb.

Undervurder ikke værdien af at fortælle kunden om leverings- og returløsningsbetingelser på en enkel og let forståelig måde, så snart de kommer ind i webbutikken.



TIPS OG RÅD

- Brug enkle og tydelige forklaringer på leveringsalternativer og returløsning
- Giv mulighed for anmeldelser og evalueringer på sociale medier
- Vær løsningsorienteret i din kommunikation med kunderne

Hvad er vigtigt for at få eksisterende kunder til at handle igen?

Forstå, hvad der gør kunderne tilfredse, så har du grundlaget for genkøb.

En god købsoplevelse starter allerede, når kunden kommer ind i webbutikken. Kunderne sætter pris på, at deres behov bliver tilfredsstillet gennem hele købsprocessen. Hvis de oplever, at det er nemt at finde rundt og gennemføre købet, er der store chancer for, at de vil handle samme sted igen.

Et køb er ikke afsluttet, før varerne er leveret. Leveringstid er et af de punkter, hvor webbutikkerne ikke lever op til kundernes forventninger, samtidig er det også den vigtigste faktor for, at de bliver tilfredse. Det betyder at webbutikker, der leverer hurtigt kan skille sig ud ved at kommunikere det tydeligt.

» Billigere og enklere end i fysisk butik. Bestilte en lørdag og fik varen allerede om mandagen.

Kvinde 43, Sverige



UNDERSØGELSEN VISER

70 %

var tilfredse med deres seneste køb.



KUNDERNE BLIVER TILFREDSE NÅR...

- ... det går hurtigt, de sparer tid og får en hurtig levering
- ... når hele processen er enkel og fleksibel
- ... når de får gode rabatter og tilbud

MEN SYNES AT WEBBUTIKKERNE KAN BLIVE BEDRE TIL...

... at give let tilgængelige oplysninger om købsvilkår og betingelser

... leveringstid

... god produkt-information og billeder

NORGE

... at give let tilgængelige oplysninger om købsvilkår og betingelser

... leveringstid

... filtrering og søgning

SVERIGE

... relevante leveringsalternativer

... leveringstid

... god produkt-information og billeder

DANMARK



HVAD BETYDER DET?

Kunder vil være selvbetjente og foretrækker webbutikker med en enkel og nem proces fra søgning til levering og returnering.

Hvis det skal lykkes for dig, skal du fokusere på det, der skaber værdi for kunderne.

Tiden fra bestilling til levering er en vigtig faktor for at få tilfredse kunder og genkøb.



TIPS OG RÅD

- Gør det nemt at finde relevante informationer som købsvilkår
- Testshop i din egen webbutik
- Giv fuldmagt til kundeservice. Kunde problemer skal behandles hurtigt, og alle informationer skal bruges til at gennemføre forbedringer

Levering

Vidste du, at muligheden for at ændre udleveringssted opleves som fleksibel og god service? Se mere på de næste sider.



Ville havde den hurtigt, og varen var stor, så fik den leveret til døren. Desuden var der ikke SÅ stor prisforskel.

Kvinde 33, Danmark

Er standardlevering god nok?

Større fleksibilitet og tidsbesparelse – Glem ikke, at levering er en vigtig del af købsoplevelsen.

Hvad der opfattes som fleksibelt og hvornår man sparer tid, varierer fra person til person og hvad man har handlet.

De fleste webbutikker forstår kundernes behov og tilbyder flere leveringsalternativer ud fra kundernes perspektiv. De kommunikerer tydeligt, hvad de enkelte alternativer betyder.

Det kan fx være at tilbyde fleksibelt udleveringssted, hjemmelevering eller at gøre det nemt at vælge et andet udleveringssted.

» Jeg valgte et udleveringssted tæt på mit arbejde i stedet for mit hjem.

Kvinde 29, Danmark

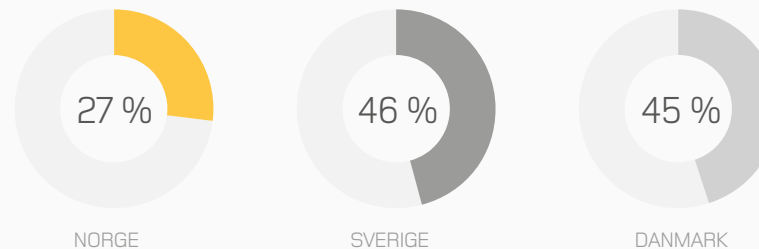
» Meget bedre for mig at få varen leveret hjem, når det er muligt end at skulle køre for selv at afhente den.

Kvinde 41, Sverige



UNDERSØGELSEN VISER

Flere har valgt et andet leveringsalternativ end det, der var standard eller billigst i løbet af de seneste 3 måneder.



Årsager til at vælge et andet alternativ kan være ønsket om en smidigere og enklere levering eller ønsket om at spare tid.



HVAD BETYDER DET?

Når du tilbyder kunderne flere leveringsalternativer, giver du dem større fleksibilitet og bedre service. Hvilke alternativer, du bør tilbyde, afhænger af, hvilken varetype du sælger, eller det kundesegment du satser på, men tænk også på sæsonvariationer. Husk, at kunderne har andre behov omkring julehandelen end resten af året.



TIPS OG RÅD

- Giv bedre service og større fleksibilitet ved at tilbyde flere leveringsalternativer
- Giv alternativet "at hente selv" større værdi ved at gøre det nemt for kunden selv at vælge udleveringssted
- Test flere og nye leveringsalternativer

Hvordan vil kunderne have varerne leveret?

Vi ser en større efterspørgsel efter leveringsalternativer hvor kunden "slipper" for at forholde sig til leveringen.

Postkassen er et godt eksempel på det, varerne bliver leveret hjem til kunden, og kunden slipper for at gøre noget selv.

Mange ville have valgt et andet alternativ end den måde de fik varen leveret på. Hovedårsagerne til, at de ikke valgte det foretrukne alternativ var, at webbutikken ikke tilbød det, at fragtprisen var høj, eller at varerne var for store til postkassen.

- » Foretrækker altid at få varen leveret hjem og vælger det, hvis prisen er den samme eller næsten den samme.

Mand 33, Norge

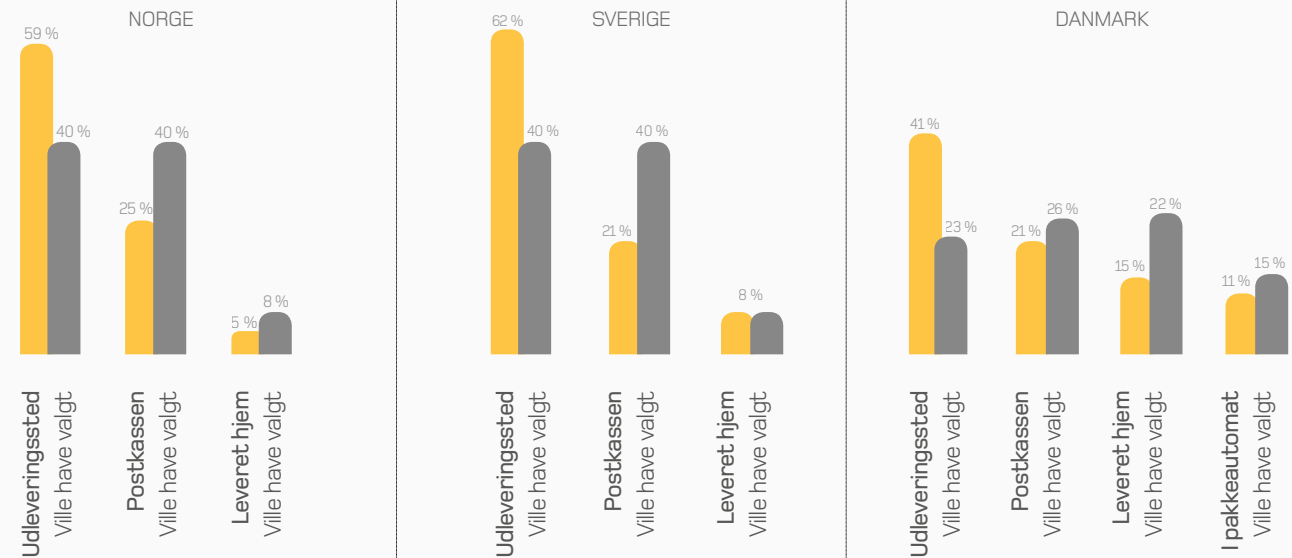
- » Jeg foretrækker at benytte postkassen, det er det nemmeste, og jeg kan bare tage det med ind, når jeg kommer hjem.

Kvinde 45, Sverige



UNDERSØGELSEN VISER

Flest har hentet på et udleveringssted, og 7 ud af 10 ville vælge det igen



HVAD BETYDER DET?

Forstå, hvordan leveringsalternativerne kan give øget værdi for dine kunder. Leveringsalternativer, der prissættes for højt, opleves ikke som alternativer.



TIPS OG RÅD

- Tilbyd flere leveringsalternativer, og test betalingsvilligheden for dem
- Tilbyd levering i postkassen, hvis du sælger små varer

Hvor hurtigt skal du levere for at være konkurrencedygtig?

Hurtig levering giver tilfredse kunder, og tilfredse kunder vender tilbage.

Hurtig levering er den faktor, der påvirker tilfredsheden mest efter køb i alle lande.

De svenske og danske kunder forventer hurtigere levering end de norske. Hvor hurtigt, de forventer at få varen leveret, er baseret på kundernes erfaring med, hvor hurtigt de bedste leverer.

Mange webbutikker lever ikke op til kundernes forventninger. I Norge var den gennemsnitlige leveringstid næsten 5 dage længere, end hvad kunderne forventede. Her ligger der et stort salgspotentiale for dem med effektive processer, der formår at kommunikere tydelig leveringsdato til kunderne.

» Skulle have varerne hurtigt, og derfor valgte jeg en webbutik, der fortalte mig, hvor hurtigt de leverer.

Mand 27, Sverige

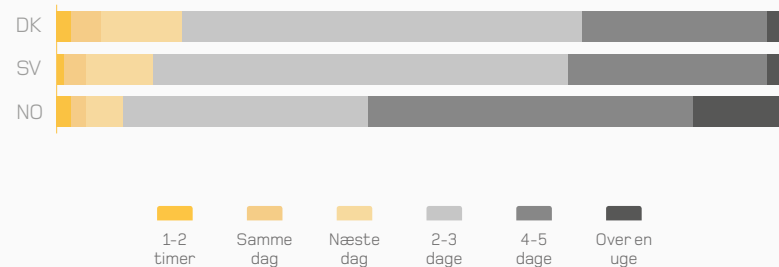
» Hvis det tager mere end 5 dage at få pakken, handler jeg ikke der igen.

Kvinde 42, Danmark



UNDERSØGELSEN VISER

Webbutikker med hurtig ordrebehandling kan øge deres konkurrenceevne ved at kommunikere det tydeligt



Hvor lang tid forventer kunderne, at leveringen tager?



HVAD BETYDER DET?

Kunderne forventer ikke ekspreslevering, men hvis du leverer hurtigt, har du en konkurrencefordel. Sørg for effektiv ordrebehandling og få varerne hurtigt ud. Det kan være lige så vigtigt at styre kundernes forventninger ved at oplyse om leveringsdato ved køb. Kunder, der får oplyst en mere nøjagtig leveringstid end fx 1-5 dage, kan nemmere afgøre, om de kan acceptere leveringstiden.



TIPS OG RÅD

- Find flaskehalsene i ordrebehandlingen, og sæt et mål for antal ordrer, der skal ud samme dag, som de er bestilt
- Giv kunderne mulighed for at se leveringsdato, når de indtaster deres postnummer

Returløsning

Vidste du, at en enkel returløsning kan konvertere flere kunder inden for alle brancher? Læs mere på de næste sider.



Det var som om, jeg selv skulle sende en pakke. Der var ikke klargjort noget fra webbutikkens side. Der var heller ikke vedlagt nogen vejledning.

Kvinde 36, Danmark

Hvor vigtigt er det at tilbyde kunderne en returløsning?

Gode returløsninger kan være afgørende for køb i alle brancher.

De aktive kunder stiller krav til returløsning, og de tjekker returvilkår allerede, når de kommer ind i din webbutik. Det gør de, inden for alle brancher, fordi de ønsker at handle i webbutikker, der giver dem tryghed ved at tilbyde en enkel og billig returløsning.

De, der ikke tjekker det, køber ikke varer på nettet, som de måske skal returnere. På den måde kan gode erfaringer med returløsninger være med til at skabe tryghed hos kunderne og øge salget i flere brancher.

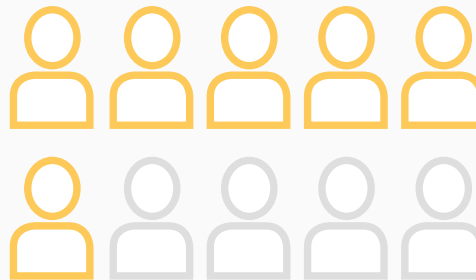
Webbutikker, der ikke tilbyder deres egen returløsning, eller hvor returvilkårene er vanskelige at finde, eller prisen for at returnere er for høj, risikerer afbrudte køb og tabt salg.

» Besværligt - dårlig løsning at webbutikken ikke sender en returseddel med.

Kvinde 24, Danmark



UNDERSØGELSEN VISER



6 ud af 10 tjekker returløsning, inden de handler i en ny webbutik

20 %

oplyser en besværlig returløsning som årsag til afbrudt køb, eller til at de har undladt at handle i en webbutik inden for de seneste tre mdr



HVAD BETYDER DET?

Når du tilbyder kunderne en enkel returløsning, viser du, at du forstår kundens behov, og det giver større sandsynlighed for salg og genkøb. Det gælder ikke kun inden for brancher, hvor kunden ønsker at mærke på og prøve produktet som tøj og sko. Enkle returløsninger giver kunderne tryghed til at gennemføre købet. Desuden vil tilfredse kunder gerne dele deres oplevelse, og det kan give dig endnu flere kunder.



TIPS OG RÅD

- Tilbyd kunden en enkel returløsning, og informer om den både på startside og på produktside
- Gør alle informationer om returnering let tilgængelige, og brug et forståeligt sprog
- Brug returløsningen aktivt til at konvertere flere kunder

Hvorfor returneres varerne?

Forbedringer, der kan minimere antallet af returvarer er win-win både for kunder og webbutik.

De fleste returvarer kommer fra brancher, hvor kunderne har behov for at føle på og prøve produkterne som ved tøj og sko. Den gode nyhed er, at det er muligt at minimere antallet af returvarer ved at arbejde med årsagerne. Er billeder og informationer gode nok til, at kunderne kan tage den rigtige beslutning? Har du styr på interne processer, så kunden får den rigtige vare?

Der udvikles nye løsninger, der giver mulighed for virtuel prøvning af tøj eller mulighed for at se møblerne i kundens egen stue.

» Det eg modtog, så ikke ud som på billedet i webbutikken, og desuden måtte jeg betale for at returnere.

Kvinde 22, Sverige



UNDERSØGELSEN VISER

Tøj og sko returneres fordi:

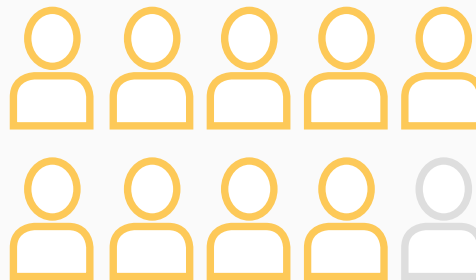
Varen passede ikke, eller forkert størrelse

Svarede ikke til beskrivelserne i webbutikken eller var ikke som forventet

Småelektronik returneres fordi:

Skadet eller forkert vare

Svarede ikke til beskrivelsen i webbutikken eller var ikke som forventet



9 ud af 10 har returneret varer i kategorierne: tøj, sko og småelektronik, hvor tøj er absolut størst



HVAD BETYDER DET?

Arbejd kontinuerligt med årsagerne til, at dine kunder returnerer, og brug både interne og eksterne kilder til forbedringer.

Følg op på returnering, for at finde ud af, hvad årsagerne er.

Gennemgå interne rutiner for at eliminere risikoen for fejlpluk og skader.



TIPS OG RÅD

- Arbejd kontinuerligt med årsager til returnering for at reducere antallet
- Brug alle tilbagemeldinger og henvendelser til kundeservice, til at gennemføre forbedringer
- Benyt ny teknologi, som nemt kan give kunden bedre og tryggere købsoplevelse

Hvad mener kunderne om returløsningen?

Kunden forventer, at webbutikker tilbyder en enkel returløsning.

En enkel returløsning giver kunderne tryghed til at gennemføre købet. Når kunder der har købt en vare på nettet, som de ikke er tilfredse med opdager, at webbutikken ikke har en enkel returløsning, bliver de utilfredse med webbutikken. Kunderne er villige til at betale for at returnere, men det skal være nemt. Webbutikkerne skal også være hurtige til at tilbagebetale penge ved returnering for at få tilfredse kunder.

» Der var ikke vedlagt en adresseseddel til returnering. Jeg måtte ringe til butikken for at få at vide, hvordan jeg skulle returnere varene.

Kvinde 47, Danmark

» En meget omstændelig proces, og jeg måtte betale det hele selv.

Mand 39, Sverige

» Det tog over en måned, inden jeg fik mine penge tilbage.

Kvinde 29, Norge



UNDERSØGELSEN VISER

20 %

var ikke tilfreds med sin seneste returnering



KUNDERNE SYNES AT...

... returløsningen var kompliceret og besværlig

... returløsningen var for dyr



KUNDERNE FORVENTER...

... returseddel vedlagt i pakken

... mulighed for at genbruge emballagen

... hurtig tilbagebetaling af pengene



HVAD BETYDER DET?

Hvis du skal være konkurrencedygtig, er det vigtigt, at du tilbyder en enkel returløsning og har effektive processer for tilbagebetaling. Kunderne fravælger webbutikker, der ikke tilbyder det. De vil spare tid og have enkle løsninger gennem hele købsprocessen fra søgning til returnering. Returnering er ikke bare en omkostning, men mulighed for at få tilfredse kunder, der genkøber hos dig.



TIPS OG RÅD

- Vedlæg returseddel i pakken
- Enkel returløsning behøver ikke at være en gratis returløsning, test hvad kunderne er villige til at betale

Vil du vide mere om e-handel?

Følg os på disse kanaler:



@bring_dk



Bring Danmark



bring.dk/nethandel

