

E-handel i Norden Q2 2014

TEMA: VÄGEN TILL E-HANDELSKÖPET



postnord

E-handel till ett värde av 33 miljarder SEK

FÖRORD

Den nordiska e-handeln fortsätter starkt under det andra kvartalet 2014. Totalt har de nordiska konsumenterna e-handlat till ett värde av 33 miljarder SEK, att jämföra med 34 miljarder SEK under Q1 2014.

Storleken på den nordiska e-handelsmarknaden ligger således väl i linje med det föregående kvartalet och kvartalsvariationen följer de mönster som vi har sett i tidigare mätningar av e-handelsmarknaden.

PostNords e-handelsrelaterade B2C-paketvolymerna ökade med 12 procent under andra kvartalet.

Temat för kvartalets rapport är vägen till e-handelsköpet och bland annat tittar vi närmare på varför e-handelskonsumenterna väljer en viss webbshop och vad avbrutna e-handelsköp beror på.

Den viktigaste orsaken att e-handelskonsumenter väljer att handla i en webbshop är tidigare erfarenhet av sajten men även sökningar på Google eller jämförelsesajter leder kunder in till webbshoppar. Vanligaste skälet till att avbryta ett redan påbörjat e-handelsköp är att det krävs inloggning eller medlemskap för att slutföra köpet.

Vi ser också att hälften av alla e-handelskonsumenter tycker det är viktigt eller mycket viktigt att själva få välja logistikaktör och sju av tio tycker att det är viktigt eller mycket viktigt att själva få välja hur varan ska levereras.

Håkan Ericsson

VD och Koncernchef PostNord

PostNord följer från och med det första kvartalet 2014 den nordiska utvecklingen inom e-handeln varje kvartal, undersökningen bygger på konsumenternas uppskattning av hur mycket de har e-handlat för.

E-handel i Norden publiceras en gång per kvartal och bygger på en konsumentundersökning genomförd i Sverige, Danmark, Norge och Finland med drygt 4000 respondenter.

E-handeln definieras i E-handeln i Norden som försäljning av varor via internet som levereras hem, till ett utlämningsställe eller hämtas i butik, lager eller utlämningslokal av konsument.

Det innebär att följande inte definieras som e-handel i denna rapport:

- Köp i butik som först har bokats via internet
- Försäljning av tjänster (exempelvis resor, hotell och konsertbiljetter) som sker via internet
- Försäljning via internet mellan företag
- Försäljning via internet mellan privatpersoner

Konsumentundersökningen genomfördes i juli 2014 med ett riksrepresentativt urval av befolkningen i åldrarna 18-79 i respektive land. Undersökningen genomfördes med hjälp av TNS SIFO:s webbpanel. Sammanlagt deltog 1326 respondenter i Sverige, 1479 respondenter i Danmark, 1427 respondenter i Norge och 1310 respondenter i Finland.

Då det är en webbundersökning är resultaten representativa för den andel av befolkningen som har tillgång till internet. I de fall uppskattningar redovisas som gällande för hela befolkningen har resultaten räknats om utifrån internetpenetrationen på respektive marknad.

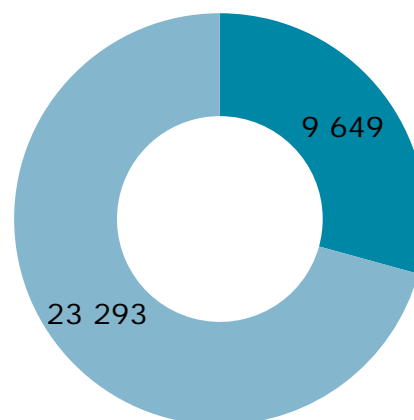
E-handel för 33 miljarder SEK

E-HANDEL FÖR 33 MDR SEK

Under andra kvartalet beräknas värdet av de nordiska konsumenternas e-handel uppgå till 32 942 miljoner SEK. Av dessa uppskattar konsumenterna att cirka 9,6 miljarder SEK är e-handel som har skett från sajter de bedömer som utländska.

Andelen e-handlade försändelser som levererats från utlandet skiljer sig åt mellan länderna. Allra vanligast med försändelser från utlandet är det i Norge hälften av alla e-handlade försändelser beräknas komma från utlandet.

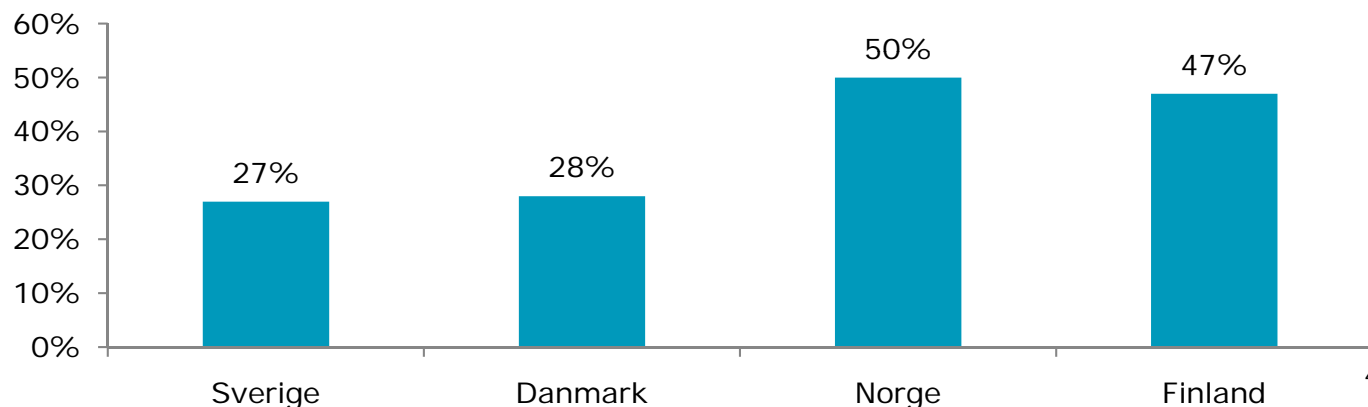
VÄRDET AV NORDISKA KONSUMENTERS E-HANDEL UNDER Q2 2014 (SEK MDR)



- E-handel från utlandet*
- E-handel inom landet*

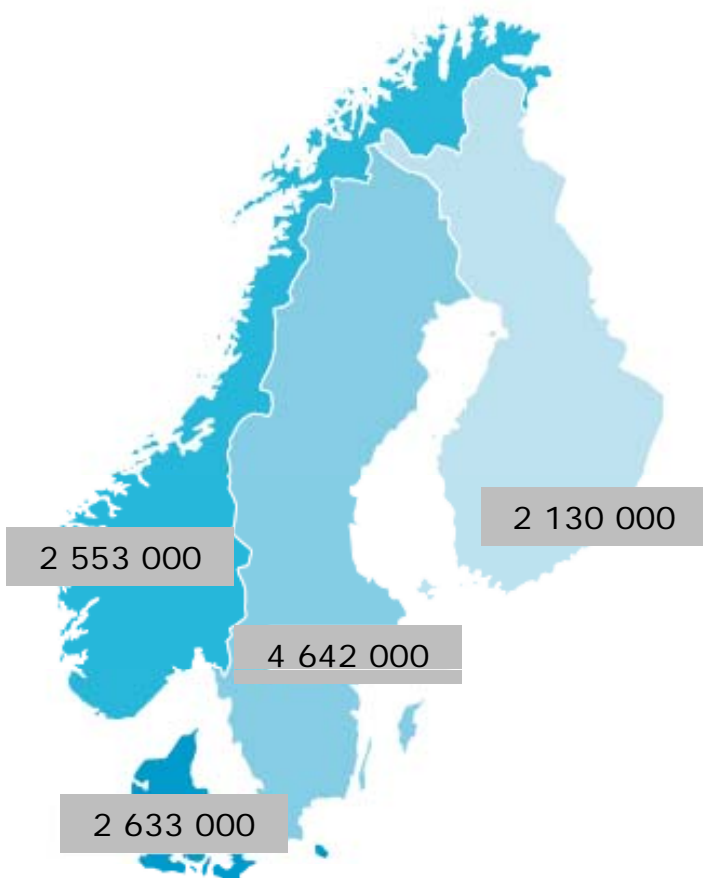
*Bygger på konsumenternas uppskattning av hur mycket det har konsumerat totalt under perioden minus hur stort värde de bedömer de har e-handlat för från utländska sajter

ANDEL AV FÖRSÄNDELSENA SOM LEVERERATS FRÅN UTLANDET



68% av nordborna e-handlade under andra kvartalet 2014

KONSUMENTER SOM E-HANDLADE Q2, 2014



E-handeln stod sig stark under det andra kvartalet 2014, ungefär lika många konsumenter uppgav att de handlade under det andra kvartalet (68 procent) som under det första (70 procent).

Mönstret i Norden följer resultatet i föregående kvartal, i Norge återfinns den största andelen e-handelskonsumenter medan Finland har den lägsta andelen e-handel i Norden.

Har du handlat varor på internet de senaste tre månaderna?

Bas: samtliga

	Sverige	Danmark	Norge	Finland	Norden
Ja	70%	70%	71%	59%	68%
Nej	27%	28%	28%	39%	30%
Tveksam, vet ej	2%	1%	1%	2%	2%

Kläder, media och hemelektronik toppar nordisk e-handel

KLÄDER I TOPP

Kläder, media (böcker, filmer och musik) hemelektronik samt kosmetika, hud- och hårvård är de fyra varukategorier som flest konsumenterna i de nordiska länderna e-handlade under det andra kvartalet.

Vilka typer av varor har du handlat på internet de senaste tre månaderna? TOPP 5

Bas: har e-handlat Q2 2014

	Sverige	Danmark	Norge	Finland
Kläder/skor	39%	40%	38%	42%
Böcker/media	43%	33%	36%	38%
Hemelektronik (inkl. datorer)	28%	27%	28%	30%
Kosmetika, hud- och hårvård	17%	11%	20%	15%
Sport och fritidsartiklar	11%	13%	18%	
Kosttillskott/apoteksvaror	11%			11%

Mobila enheter allt vanligare att e-handla från

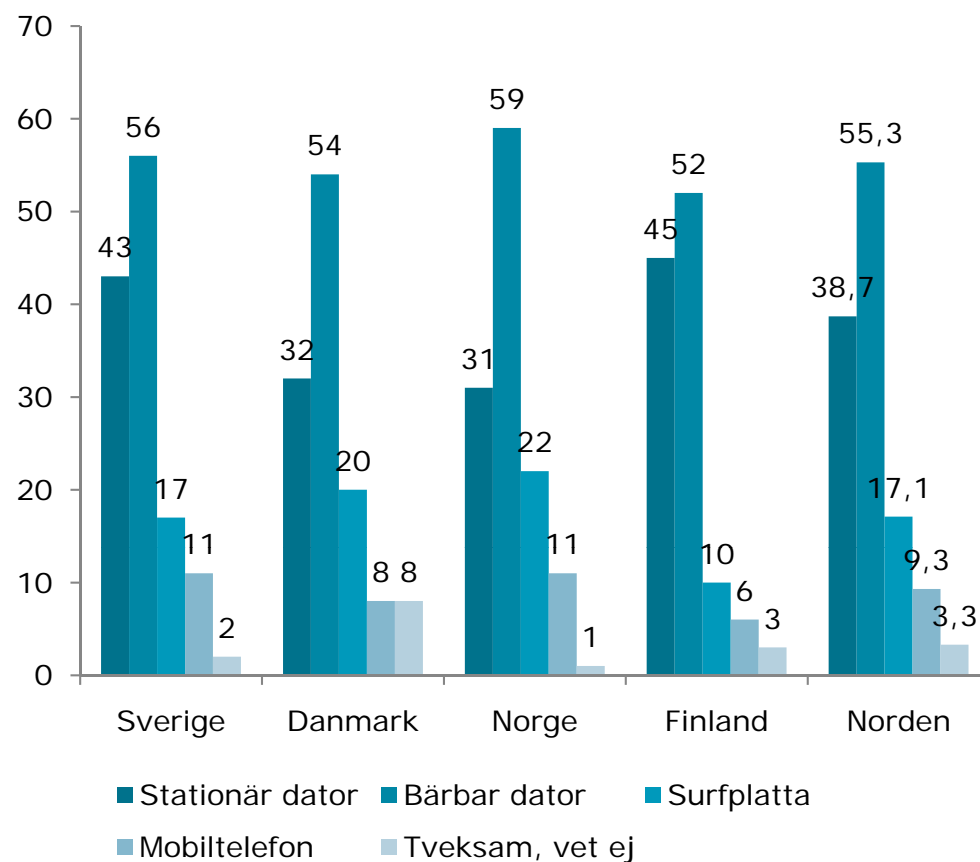
E-HANDEL I MOBILEN

Det blir allt vanligare att e-handelskonsumenter använder sig av mobiltelefon, 9 procent, eller surfplatta, 17 procent, för att göra sina e-handelsköp.

Bland e-handelskonsumenter i Norge är användandet av mobila enheter större än i resten av Norden. Bland de norska e-handlarna använde 11 procent mobiltelefonen och 22 procent en surfplatta under kvartalet.

FRÅN VILKA ENHETER HAR DU HANDLAT VAROR PÅ INTERNET UNDER DE SENASTE TRE MÅNADERNA?

Bas: har e-handlat Q2 2014



Fyra av tio e-handelskonsumenter handlar från utlandet

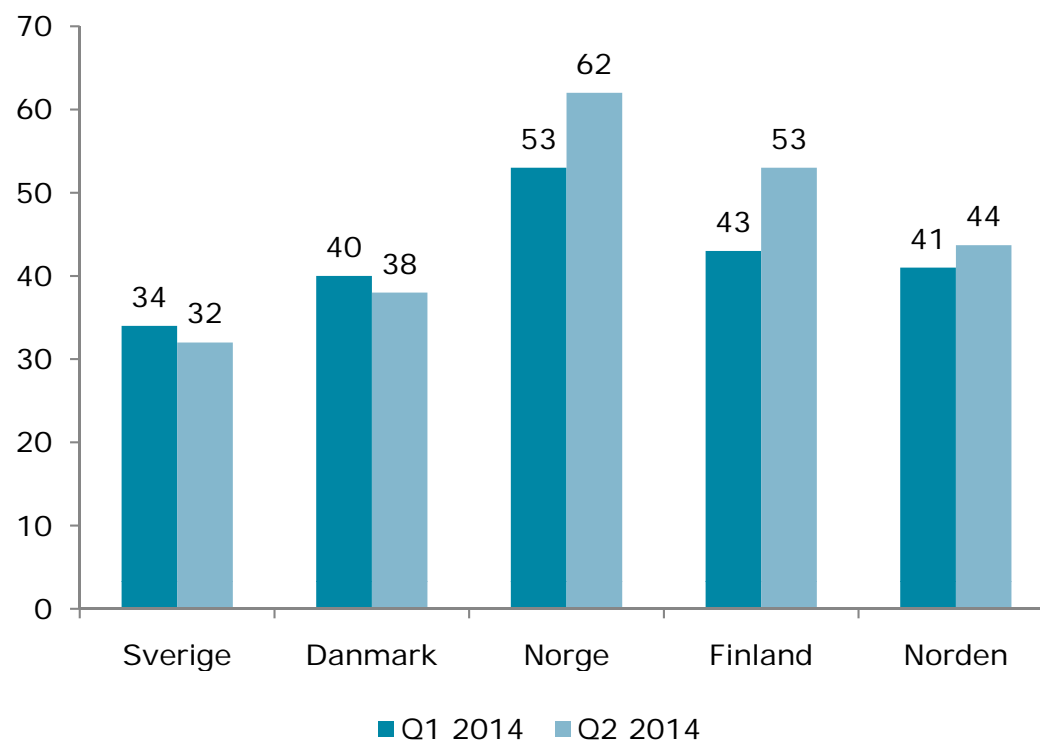
E-HANDEL FRÅN UTLANDET

Andelen konsumenter som e-handlar från utländska sajter ökar något under kvartalet. Under andra kvartalet uppger sex av tio av de norska e-handelskonsumenterna att de e-handlat från utlandet.

Andelen konsumenter som e-handlade från utlandet var som lägst i Sverige med 32 procent av de som e-handlade under kvartalet.

ANDEL SOM E-HANDLADE VAROR FRÅN UTLANDET UNDER KVARTALET

Bas: har e-handlat under kvartalet



E-handel från Storbritannien, vanligast i Norden

UTRIKES E-HANDEL

När nordbor e-handlar från utlandet handlar de helst från Storbritannien, även USA, Tyskland och Kina är vanliga länder att e-handla från.

Sverige är det vanligaste av de nordiska länderna att handla från när danskar, norrmän och finländare handlar.

E-handelsströmmarna mellan övriga nordiska länder är inte lika stora.

Från vilka länder har du e-handlat varor det senaste kvartalet? TOPP 5.

	Sverige	Danmark	Norge	Finland
<i>BAS: har e-handlat från utlandet Q2 2014</i>	23%	27%	44%	31%
Storbritannien	40%	53%	43%	34%
USA	29%	13%	42%	18%
Tyskland	27%	34%	14%	30%
Kina	25%	9%	27%	18%
Danmark	9%			
Sverige		12%	17%	20%

Topp 5 övriga Norden

	Sverige	Danmark	Norge	Finland
<i>BAS: har e-handlat från utlandet Q2 2014</i>	23%	27%	44%	31%
Danmark	9%		13%	3%
Norge	2%	1%		2%
Finland	1%	0%	1%	
Sverige		12%	17%	20%

Kläder populäraste köpet från utländska sajter

KLÄDER I TOPP

Kläder och skor är den vanligaste varukategorin när nordbor e-handlar från utlandet. Detta följs tätt av hemelektronik och media, dessa tre är de vanligaste varukategorierna att e-handla även generellt.

En varukategori som särskilt syns i utrikeshandeln är biltillbehör som kommer in på topplistan så väl i Sverige som i Finland.

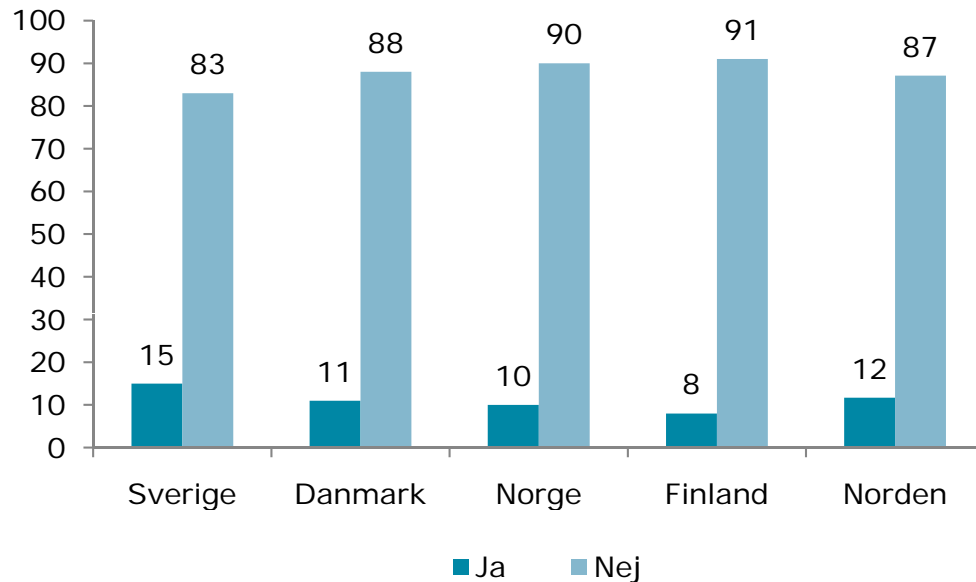
Vilka typer av varor har du e-handlat från utlandet de senaste tre månaderna? TOPP 5

	Sverige	Danmark	Norge	Finland
<i>BAS: har e-handlat från utlandet Q2 2014</i>	23%	27%	44%	31%
Kläder/skor	32%	31%	29%	37%
Hemelektronik (inkl. datorer)	17%	24%	20%	20%
Media	17%	16%	19%	21%
Kosmetika, hud- och hårvård			16%	12%
Sport och fritidsartiklar	9%	11%	10%	
Smycken, klockor	9%			
Biltillbehör	9%			8%
Kosttillskott/apoteksvaror		6%		

Omnichannel allt viktigare

HAR DU NÅGON GÅNG DE SENASTE TRE MÅNADERNA FÖRST TITTA PÅ/PROVAT EN VARA I BUTIK FÖR ATT SEDAN KÖPA DEN PÅ INTERNET?

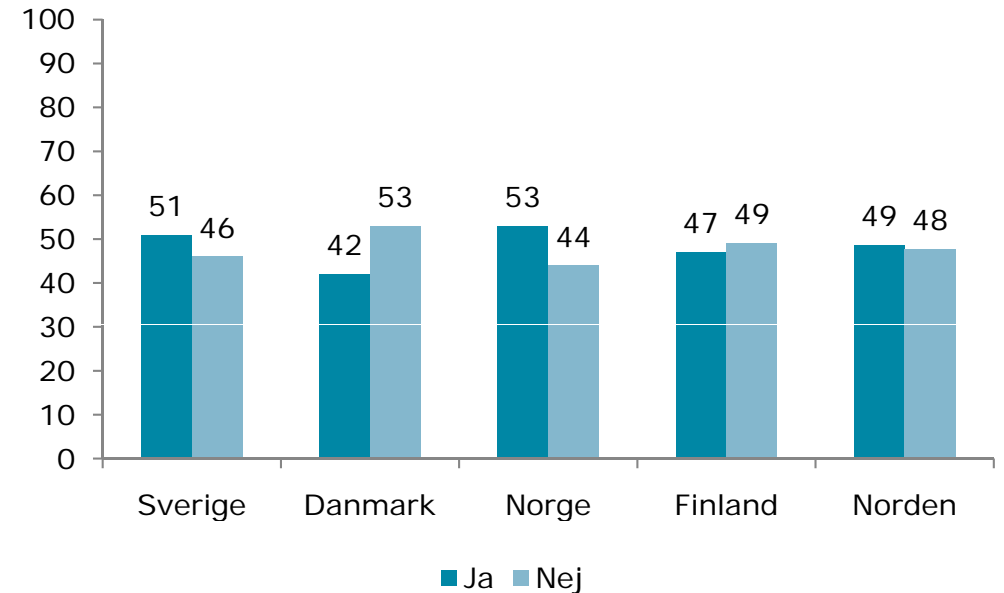
Bas: har e-handlat Q2 2014



12 procent av e-handelskonsumenterna i Norden uppger att de någon gång under de senaste kvartalet först har tittat på eller provat en vara i butik för att sedan köpa den på internet.

HAR DU NÅGON GÅNG DE SENASTE TRE MÅNADERNA FÖRST GJORT RESEARCH KRING EN VARA PÅ INTERNET, FÖR ATT SEDAN KÖPA DEN I EN BUTIK?

Bas: har e-handlat Q2 2014



49 procent uppger att de under det senaste kvartalet har gjort research om en vara på internet för att sedan köpa den i en fysisk butik.

Tema: Vägen till e-handelsköpet

Q2 2014

postnord

Tidigare erfarenhet bakom val av webbshop

ÅTERKOMMANDE KUNDER

När nordbor fick svara på varför de valde att besöka den webbshop/sajt de handlade från uppgav 43 procent att de hade tidigare erfarenhet av webbutiken.

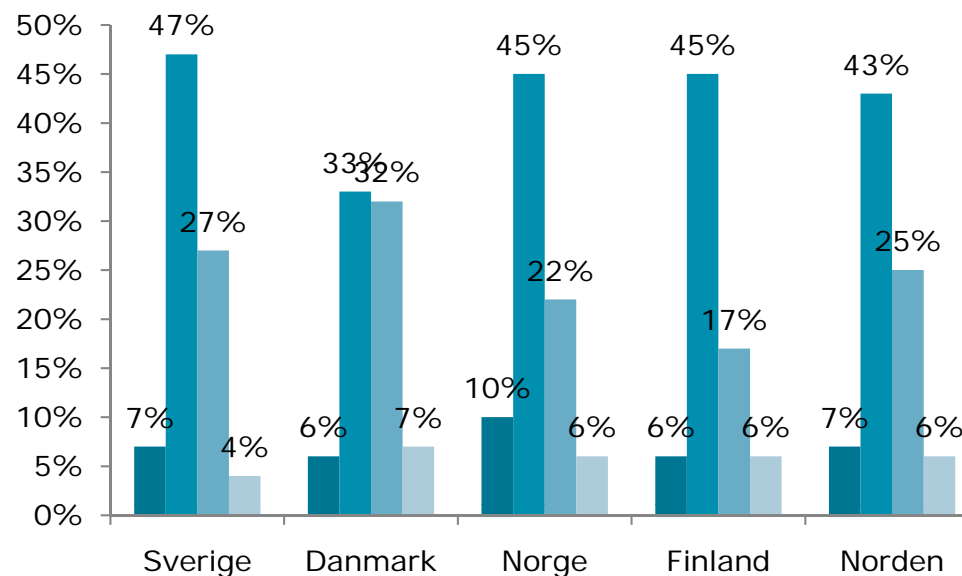
25 procent sökte själv på internet via sökmotor eller jämförelsesajt.

7 procent av nordborna uppgav att de handlat på en sajt som de fått tips om av vänner eller bekanta och 6 procent uppgav att de valt att besöka webbshopen efter att ha fått ett nyhetsbrev via e-mail.

EGEN ERFARENHET VIKTIGAST

Senaste gången du handlade en vara på internet, varför valde du att besöka den webbshop/sajt du handlade ifrån?

Bas: Har e-handlat



- Tips från vän eller bekant
- Tidigare erfarenhet av webbutiken
- Sökte själv på internet via t ex Google eller jämförelsesajt
- Nyhetsbrev via e-mail

Sökmotorer viktigaste källan

EGEN RESEARCH

De viktigaste källorna när konsumenterna ska handla en vara på nätet är andra sajter. Högst rankas sökmotorer som Google och näst högst jämförelsesajter. Vänner och bekanta eller besök i en fysisk butik är också viktiga källor inför e-handelsköp.

När det gäller traditionell reklam är erbjudanden i brevlådan det som e-handelskonsumenterna påverkas mest av.

Erbjudanden, produktkataloger och kundtidningar i brevlådan uppskattas framförallt i Finland där 34 procent tycker att det är viktig eller mycket viktig källa.

Hur viktig är följande källor för dig när du ska handla en vara på nätet (andel som svarat mycket viktiga/viktiga)

	Sverige	Danmark	Norge	Finland
<i>Bas: har e-handlat</i>	93%	93%	92%	88%
Jämförelsesajter	58%	56%	60%	53%
Google/sökmotor	73%	75%	68%	80%
Vänner och bekanta	48%	56%	47%	47%
Nyhetsbrev via e-mail	16%	28%	25%	26%
Nyhetsbrev via SMS	5%	3%	8%	8%
Produktkatalog/ kundtidning/ erbjudande i brevlådan	20%	28%	24%	34%
Reklam i sociala medier	8%	11%	16%	12%
Rekommendation via sociala medier	13%	13%	20%	17%
Reklam på internet	11%	14%	19%	23%
Reklam i tidningar	14%	15%	15%	34%
Reklam i TV/radio	10%	12%	14%	21%
Besök i fysisk butik	43%	47%	40%	53%

Tydlig information om produkter och priser

INFORMATION

De viktigaste egenskaperna för e-handelskonsumenter är att det tydligt framgår vad totalpriset blir och att informationen om produkterna är bra och tydlig.

Att leveransen är snabb och att det är lägsta pris är inte så viktigt som man kanske kan tro.

Hälften av alla e-handelskonsumenter tycker det är viktigt eller mycket viktigt att själv få välja logistikaktör och sju av tio tycker att det är viktigt eller mycket viktigt att själva få välja hur varan ska levereras.

Hur viktiga är följande egenskaper när du ska handla från en webbshop/sajt?
(Andel som svarat mycket viktigt resp viktigt)

	Norden
<i>Bas: har e-handlat</i>	
Att det tydligt framgår vad totalpriset blir	96%
Bra och tydlig information om produkter	96%
Lätt att navigera på sajten	92%
Bra sökfunktion på sajten	89%
Bra och tydlig information om företaget	73%
Att det tydligt framgår hur jag kontaktar kundservice	82%
Lägsta pris	76%
Att det är ett företag/varumärke jag känner igen	67%
Att leveransen är snabb (max tre dagar)	57%
Att få tydligt besked om <i>när</i> varan ska levereras	85%
Att få tydligt besked om <i>hur</i> varan ska levereras	87%
Att inte behöva registrera mig/bli medlem	64%
Att det är fraktfritt	63%
Att det är tydlig information om returrutiner	81%
Att jag kan välja hur varan ska levereras/vilket serviceställe jag ska hämta varan från	72%
Att jag får välja logistikaktör som ska leverera varan	47%

Krav på medlemskap kan leda till avbrutet köp

NOBBAR MEDLEMSKAP

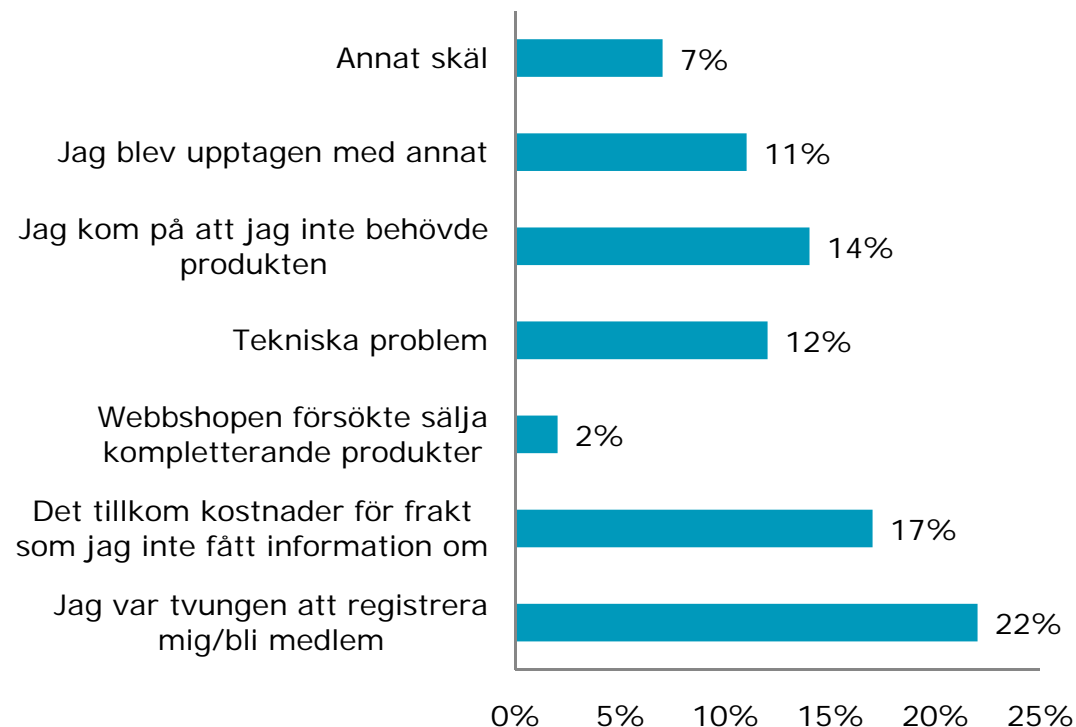
Det vanligaste skälet till att avbryta ett köp på internet är att man måste registrera sig eller bli medlem. Även att det tillkommer kostnader för frakt som man inte fått information om är ett vanligt skäl till avbrutna köp.

13 procent av konsumenterna avbröt sitt senaste köp på internet för att de kom på att de inte behövde produkten som de varit nära att köpa.

SKÄL TILL AVBRUTET KÖP

Senaste gången du avbröt ett köp på internet – vad berodde det på?

Bas: har e-handlat



Omnichannel i praktiken

DIGITALA INSLAG I FYSISK BUTIK

Fenomenen e-handel och handel i fysiska butiker börjar till viss del glida samman.

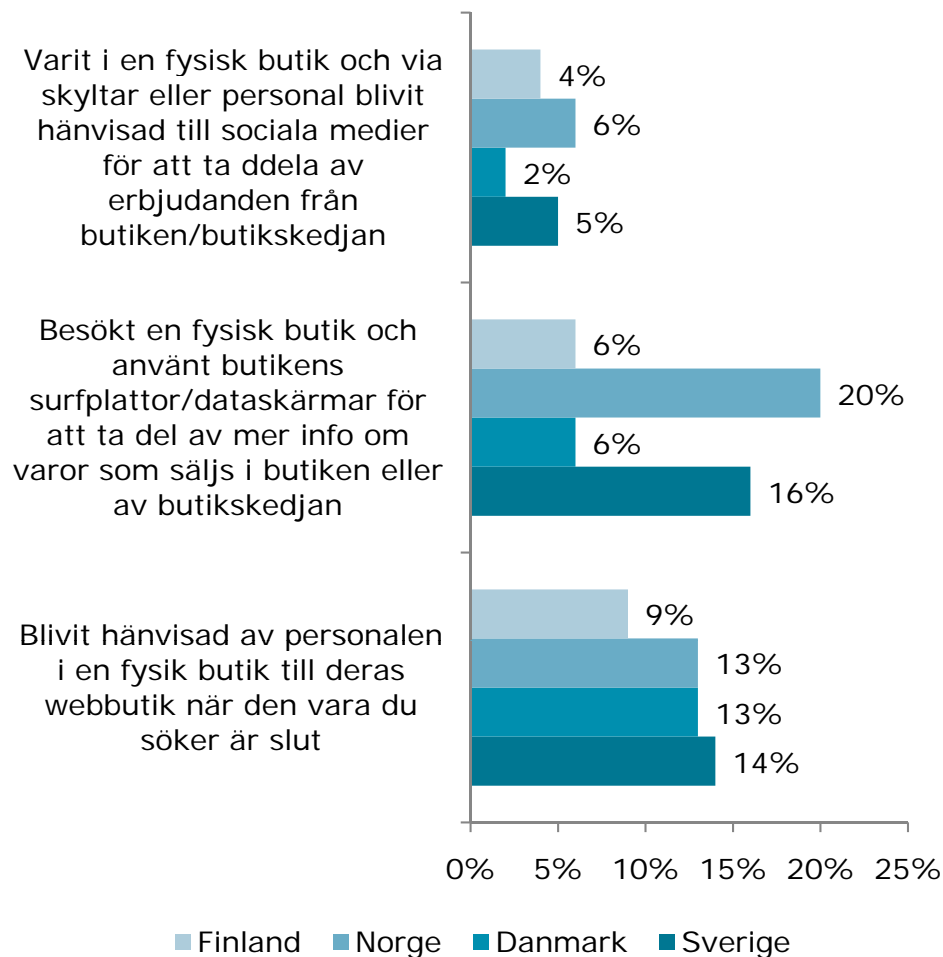
En av tio nordbor har blivit hänvisad av personalen i en fysisk butik till deras webbutik när den vara de söker är slut.

Även användning av surfplattor och dataskärmar i butik använd för att ta del om information om varor som säljs i butiken. Vanligast är det i Norge, 20 procent och Sverige 16 procent.

ANVÄNDANDE AV SURFPLATTOR I BUTIK

Har du någon gång de senaste tolv månaderna?

Bas: har e-handlat



**För mer information om E-handel
i Norden kontakta:**

Arne Andersson, e-handelsexpert
PostNord, tel. 0730-790 552

Emma Riblom, presschef
PostNord, tel. 010-437 98 40

PostNords presstelefon
tel. 010-436 10 10