



e-barometern
[konsument]

September
2017

postnord

- E-handelskonsumtionen ökade med 16 procent, jämfört med september 2016.
- 63 procent av svenskarna e-handlade under månaden.
- Jämfört med samma månad förra året har andelen som handlat dagligvaror, heminredning och möbler samt sportprodukter ökat mest. Även denna månad var e-handelskonsumtionen av barnartiklar och leksaker längre än samma månad i fjol.
- 18 procent av svenskarna handlade från utländska webbbutiker, samtidigt som ungefär vart fjärde paket skickades från utlandet.
- 37 procent av e-handelskonsumenterna handlade via mobilen.
- 11 procent av e-handelskonsumenterna returnerade minst en vara.

e-barometern [konsument] – september 2017

postnord

av Carin Blom, detaljhandelsanalytiker PostNord Sverige

Enligt den senaste E-barometer [konsument]-undersökningen e-handlade 63 procent av svenskarna under den senaste månaden. Bland personer mellan 18 och 49 år e-handlade cirka 75 procent medan det är en något lägre andel i den äldre målgruppen, även om de också handlar allt oftare. Nu har även statistiken från IIS, Svenskarna och Internet, släppts för året och den är alltid lika spännande att grota ner sig i. Även IIS rapporterar att majoriteten av den äldre målgruppen använder internet och att det idag är mer än hälften, 58 procent, av de som är över 76 år som e-handlar. Vilka kanaler är det då vi använder oss av?

E-post fortfarande en effektiv marknadsföringskanal

Den vanligaste kommunikationstjänsten på internet är också den äldsta – e-posten. Det ser vi även i våra undersökningar. Enligt Svenskarna och internet använder 69 procent av svenskarna e-post dagligen. Och våra siffror visar att majoriteten, hela 62 procent, tycker e-post fungerar bäst när företaget ska kommunicera med en eller vill få ens uppmärksamhet.

Men Facebook är fortfarande i topp bland sociala mediekanalet. Däremot verkar Facebook-användandet i USA i de lägre ålderskategorierna droppa. Enligt en prognos från eMarketer spås allt fler gå över från Facebook till Instagram och Snapchat. De yngre loggar in och interagerar allt mer sällan och spenderar mindre tid på Facebook-plattformen. Frågan är om detsamma gäller Sverige? Enligt Svenskarna och internet har andelen som använder Facebook minskat bland 12–15-åringar jämfört mot i fjol. Och av de som är inne så är det endast 19 procent som är det dagligen.



Däremot har andelen ökat i praktiskt taget alla andra ålderskategorier, undantaget 16–25-åringar som i stort sätt ligger oförändrat.

Den yngre generationen hänger snarare på Instagram eller på Snapchat. Instagram blir allt mer populärt och idag är det fler än hälften som använder det. Snapchat-användandet ökade mycket visar årets undersökning – 8 av 10 av de som är upp till 25 år använder kanalen. Instagram och Snapchat ökar i alla ålderskategorier.

Chans att testa och lära!

Och vad vill jag då säga med detta?

När jag är ute och träffar företag är det inte många som marknadsför sig via Snapchat. Instagram ökar, men en hel del företag har ingen riktig strategi eller plan för marknadsföring via Instagram. Enligt våra undersökningar är många haj på Facebook och nyhetsbrev via e-post, och det är givetvis strålande. Man jag saknar lite lekfullheten ibland. Testa och lär av Snapchat och Instagram. Se vilken typ av kommunikation som funkar genom att just testa olika typer av inlägg. Något som passar bra för ett företag passar kanske inte lika bra för ett annat. Ett exempel är [Matsmart](#) som först skrev ganska långa inlägg på Instagram. När de sedan ändrade och började med kortare inlägg, ville läsarna ha tillbaka de långa. I vissa branscher behöver man betydligt mer inspiration, i andra är det instruktionsfilmer, how to:s och konkreta råd som kanske behövs.

YouTube är en perfekt kanal för utbildande material och fungerar inte enbart för events, kampanjfilmer eller föreläsningar. De som är under 25 år tittar dagligen på YouTube. Förutom underhållning så är det instruktionsfilmer, vilket jag tycker är intressant och något värt att ha med sig. Bland de som är upp till 45 år är fler än hälften inne på YouTube minst en gång i veckan.

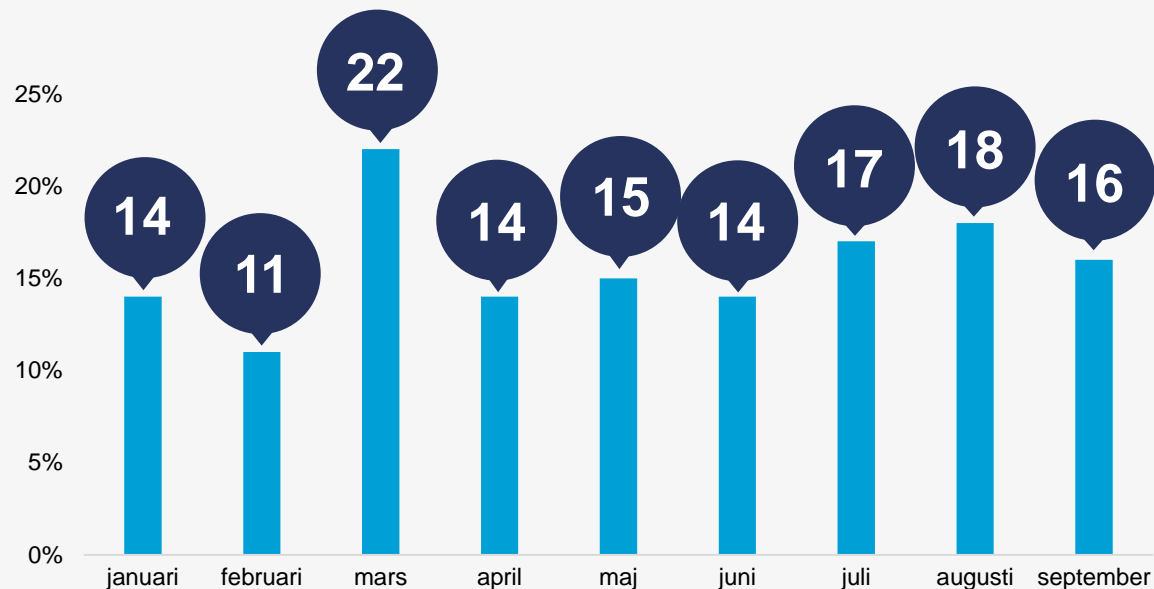
Så även om e-post är en relativt kostnadseffektiv kanal, så finns det annat att hämta från andra kanaler. Fundera på marknadsföringskanalerna både på kort sikt och på lång sikt och vad förändringarna i användarbeteendet när det gäller olika kanaler betyder. Och nu, inte minst, är en tid att lära. För när väl den yngre generationen kommer ut i arbetslivet och börjar konsumera och tar med sig sitt beteende i andra typer av kanaler än e-post, så kan det leda till en köpkraftsinjektion för den som kontinuerligt lär sig och utvecklas och rör sig där de är.

Lycka till!

Konsumentdata

E-handelskonsumtionen ökade med 16 procent under september

postnord



● E-handelskonsumtionens utveckling jämfört med samma period föregående år.



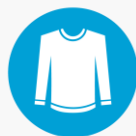
Bas: har e-handlat under månaden 63 %

Topp 10 e-handlade varor under september

postnord

Vad handlar vi?

63 procent av svenskarna e-handlade under september månad. Jämfört med samma månad förra året har andelen som handlat dagligvaror, heminredning och möbler samt sportprodukter ökat mest. Även denna månad var e-handelskonsumtionen av barnartiklar och leksaker lägre än samma månad i fjol.



37 %

Kläder och skor



29 %

Böcker och media



27 %

Skönhet och hälsa



21 %

Hem-
elektronik



12 %

Sport och fritid



12 %

Inredning och möbler



11 %

Dagligvaror



6 %

Barnartiklar och leksaker



6 %

Bil-, båt- och MC-tillbehör



3 %

Byggvaror

Bas: har e-handlat under månaden 63 %

37 %

(30 %, sep 2016)

... av e-handels-konsumenterna handlade varor via sin mobil under september 2017.



Andel e-handelsköp av varor där avslutet sker via mobil.

34 %

jan

(22 % 2016)

38 %

feb

(25 % 2016)

30 %

mar

(26 % 2016)

31 %

apr

(30 % 2016)

37 %

maj

(24 % 2016)

35 %

jun

(27 % 2016)

32 %

jul

(33 % 2016)

33 %

aug

(31 % 2016)

32 %

sep

(29 % 2016)

18%

... av svenskarna
e-handlade varor
från utlandet under
september 2017.

(18 % 2016)



Topp 4 länder



35 %

Kina



24 %

Storbritannien



21 %

Tyskland



15 %

USA

Topp 5 mest populära varorna från utlandet

postnord



27 %

Kläder och skor



22 %

Hemelektronik



11 %

Sport och hälsa



10 %

Böcker och media



8 %

Skönhet och hälsa

Så levererades den senaste e-handlade varan

postnord

43 procent av e-handelskonsumenterna angav att de fick välja hur de ville få sitt senaste köp levererat.

Stabilt på topplatserna ligger ombuden och postlådan. Det vanligaste – att få sin e-handlade vara till ett ombud – fick 62 procent av konsumenterna vid sitt senaste e-handelsköp. 24 procent fick varan direkt ner i sin postlåda.

E-handelskonsumenterna var överlag väldigt nöjda med sin senaste leverans. 93 procent av konsumenterna var nöjda med sin senaste leverans.



62 %

Utlämningsställe



2 %

E-handels fysiska butik



24 %

Postlåda



3 %

Utanför dörr



4 %

Hem dagtid



1 %

Hem kvällstid

Så många returnerar varor

postnord

Av de som e-handlade varor under september månad valde drygt en av tio att returnera minst en vara. Vanligast är att returnera en vara, cirka 4 procent returnerade två varor eller fler.

Detta skulle innebära att returgraden totalt sett landade på knappt 6 procent. Dock skiljer det sig mycket mellan de olika branscherna.



11 %

... av e-handels-konsumenterna returnerade minst en vara under september.

Analysen sker utifrån en undersökning som Kantar SIFO genomfört i sin webbpanel med ett riksrepresentativt urval. Totalt har cirka 1 500 konsumenter i Sverige mellan 18–79 år deltagit i undersökningen som genomfördes under oktober månad.

1 667

Antal respondenter som svarade på undersökningen.

PostNord Sverige
Carin Blom

T +46 [0] 730 30 41 87

Kommunikation
105 00 Stockholm
Sverige