



# Packat och klart

**Du&Co hjälper dig att bli bäst på distanshandel**

- 6 tips för bättre e-handel
- Fixar fotoalbum på distans
- Bättre överblick med katalog
- Så hjälper Posten dig



FOTO: SAMIR SOUDAH



# 6 säljande tips för nätet

Du&Co har talat med experterna som kan hjälpa dig utveckla din sajt och din logistik för att göra e-butiken lika smidig som den fysiska.

## 1 Nischa och blogga

Prata med din kunder på fler ställen än din sajt

**PÅ EN GLOBAL MARKNAD** klarar man sig på att erbjuda ett stort urval av smala produkter. Nischprodukter blir allt mer intressanta tack vare internet, säger Tim Svensson, grundare av E-butik.se, Sveriges största leverantör av e-handelssystem till små och medelstora företag. De riktigt nischade e-handelsbutikerna når ut via bloggar och forum på nätet, där entusiaster möts och diskuterar sina favoritämnen. Det kan gälla sådant som blommor, fiske eller bilar. Men de flesta forum är ännu smalare än så och berör kanske bara rosor, gäddor eller engelska sportbilar.

– Som i alla affärer är det viktigt att bygga en relation med sina kunder. Med en blogg går det att vara personlig och dela med sig av värdefulla tips och kunskaper. Rent säljsnack lönar sig inte och hör inte hemma i blogg-världen, säger Tim Svensson.

Om du bloggar eller är aktiv

på forum, visa ett stort genuint intresse för ämnet som diskuteras och bjud på kunskap, då kommer allt fler entusiaster länka till din hemsida. Det betyder i sin tur att sökmotorerna finner din sida allt mer relevant i sammanhanget och placerar den högre och högre upp när folk söker inom det området på nätet.

– Den som är aktiv och påläst kan på så sätt nå ut med sin butik, utan att vara i närheten av de stora aktörernas marknadsföringsbudgetar, säger Tim Svensson. En annan positiv effekt är att många människor tenderar att handla av en liten entusiast, snarare än av en stor etablerad, men samtidigt mer anonym e-handelsbutik. Men det krävs att du är aktiv på din blogg, minst ett par gånger i veckan är ett minimum. Det är också viktigt att synas på andra bloggar, anser Tim Svensson.

(Mer info på [www.blogg.e-butik.se](http://www.blogg.e-butik.se))



# Glöm inte den fysiska butiken

Folk vill fortfarande handla över disk

# 2

**TVÄRT EMOT** vad man kan tro, visar det sig att nätbutiker kan vara positiva för lokala handlare. Önskan hos kunden att snabbt få varan är ofta högre än absolut lägsta pris.

– Den som har en egen hemsida och samtidigt driver en fysisk butik, får ökad försäljning i affären tack vare sin hemsida, säger Tim Svensson på E-butik.se.

Folk letar på nätet och ser var varan finns. Hellre än att köpa från den e-handlare som erbjuder lägst pris, går kunden ofta till den butik som ligger närmast och får varan direkt i handen. Även om det kanske blir en femtiolapp dyrare.



# Bygg bort irritationen

Säkra sajten från krascher

# 3

**FÖRVÄNTA DIG INTE** att e-handelskunderna ska ha stort tekniskt kunnande när de besöker din hemsida. Dåliga tekniska lösningar leder till många avbrutna köp, helt i onödan.

– E-handlare kan inte längre skylla på tekniken. I dag finns alla verktyg och tekniska lösningar för att skapa användarvänliga lösningar. Ett bra tips är att lära sig mer om besökarens vanor och hitta flaskhalsarna i systemet, säger Tim Svensson. Ett typiskt exempel är när kunden fyller i sin beställning. Då är det viktigt att informationen som fyllts i sparas, även om kunden missat att fylla i någon uppgift och måste backa tillbaka. I sådana fall ska inte kunden behöva börja om från början och fylla i alla fält på nytt.

– Det gäller att ständigt försöka bygga bort irritationsmoment som stör kunden och med all rätt får dem att tröttna. ►►





# 4

## Säkra logistiken

Se till att kalkylen stämmer

**ALL E-HANDEL** handlar i slutändan om att paketera och adressera. Det gäller att göra det så smart som möjligt.

– Många e-handlare värderar inte sin egen tid. De sänker sig själva genom att jobba med trubbiga verktyg och bristfälliga plattformar, säger Urban Lindstedt, journalist som skrivit boken E-handlarens handbok.

En tjugig startside för en e-handelsbutik är lätt att åstadkomma, men det är inte den som avgör om webbshopen ska lyckas eller ej.

Det viktigaste syns inte. Är inte systemen bakom hemsidan uppbyggda på ett rationellt sätt, innebär varje beställning onödiga arbetsmoment. Både för dig och kunderna.

– Att satsa på billiga e-handelsbyggen är ofta bortkastad tid, säger Urban Lindstedt.

En snygg startside säger inget om hur en e-handelsplattform fungerar i realiteten.

– Man måste titta på hur den ser ut bakåt, hur den hanterar olika administrativa lösningar som e-handel kräver. Är webbplattformen ihopkopplingsbar med bokförings- och faktureringsystem? Två viktiga frågor man bör skaffa sig bra svar på. Den som funderar på att starta en e-butik måste räkna på affären ordentligt, innan projektet sjösätts. Gör en ordentlig förstudie som rymmer samtliga kostnader och tidsåtgång.

– Den som har gjort sin research ordentligt har lättare att hitta rätt nivå på e-handelssystemen, och därmed öka chansen att bli framgångsrik. Det är ingen slump att de som sysslat med detaljhandel tidigare är de som också lyckats bäst med e-handel, säger Urban Lindstedt.

Enligt honom bör man ha minst en av två egenskaper för att nå framgång: antingen kunna mycket om internet och dess möjligheter, eller känna sin målgrupp väl och kunna branschen för det man tänker sälja.



# 5

## Smink och gatumode nästa storsäljare

Skönhetsprodukter är nästa kategori som kommer att slå igenom på nätet, spår Urban Lindstedt, journalist som bevakat e-handel sedan 2000.

**BÖCKER OCH SKIVOR** är storsäljare på nätet. Nätbokhandeln Adlibris omsätter en miljard per år, Bokus en halv miljard och båda ökar för varje år. Nästa succéområde inom e-handeln blir smink och skönhetsprodukter, enligt Urban Lindstedt som räknar upp argumenten:

– Smink är starka varumärken, och säljs ofta i små förpackningar som lämpar sig för leverans direkt hem i brevlådan. Ofta

handlar det om standardiserade varor där kundgrupperna vet vad de vill ha. Varorna är dessutom både lätta att lagra och hantera. Ett annat område som visar stark tillväxt på nätet är gatumode. Hiphop- och skateboardmodet når ut via webben på ett helt nytt sätt, enligt Urban Lindstedt. När e-handeln var ny lanserade många lokala handlare mat på nätet, men den utvecklingen kom av sig.

– Det är mycket mer komplicerat att skicka mat än cd-skivor. Men de stora matvarukedjorna ligger i startgrupparna. Undersökningar visar att en majoritet av konsumenterna vill kunna handla mat på nätet. När fungerande förutsättningar byggts upp, kommer de stora aktörerna att lansera mat på internet.



# Bli klok som en ...

**Vi hjälper Dig att skapa en framgångsrik e-handel med:**

## **Utbildningar**

Kostnadsfria utbildningar som hjälper Dig att göra bättre affärer. Allt från design till sociala medier.

## **Öppet hus**

Kunskapsdagar där Du kan utbyta kunskap med andra e-handlare och ta din butik ett steg framåt.

## **Workshops**

Lär Dig knepen som gör din butik mer lönsam med hjälp från våra e-handelsrådgivare. Praktiska workshops som ger Dig verktyg att utvecklas.

Gå in på [www.e-butik.se/kunskap](http://www.e-butik.se/kunskap) och läs mer!



**Nu utvecklar vi en helt ny version av vårt e-handelssystem!**

Följ utvecklingen av din framtida e-butik på [blogg.e-butik.se](http://blogg.e-butik.se), här tar vi tillvara på alla önskemål från kunder och de erfarenheter vi fått under de 10 år vi arbetat med e-handel.

**08-410 097 50**  
**[www.e-butik.se](http://www.e-butik.se)**  
**[kundservice@e-butik.se](mailto:kundservice@e-butik.se)**



### Fem viktiga framgångsfaktorer

Handelns Utredningsinstitut, HUI, har tillsammans med Posten frågat kunder vad som styr deras val av nätbutik. Här är de fem viktigaste kundargumenten:

- 1 Att den känns seriös **58 %**
- 2 Att totalkostnaden framgår tydligt **54 %**
- 3 Att informationen om leveranserna är tydlig **48 %**
- 4 Att priset är lågt **44 %**
- 5 Att det är enkelt att beställa **37 %**

# 6

## Gör det enkelt och tryggt för kunden

Onödiga uppgifter kan skrämja bort köpare

**TRYGGA OCH STABILA** betalösningar är nödvändiga för att en e-butik ska fungera. Ju fler betalösningar butiken erbjuder, desto större är chansen att besökarna handlar. Kort och faktura är ett minimum. Ge kunderna tydlig och korrekt information hur transaktionen går till. Många konsumenter avhåller sig från att handla på nätet för att de är oroliga över att betalningen inte ska vara trygg. Fundera på hur mycket tid ni vill lägga på att skaffa betalösningar. Det går att lägga ut en hel del på underleverantörer. Om ni ska sälja utomlands, ta reda på vilka betalösningar som är populära i de länder ni vänder er till.

En känslig del i e-handeln är när kunden ska fylla i formulär med personuppgifter. Då är det viktigt att tänka på följande:

- Var sparsam, begär aldrig in fler uppgifter än ni behöver.
- Acceptera felskrivningar.
- Kräv inte att exempelvis ett telefonnummer måste skrivas på ett särskilt sätt för att accepteras.
- Layouten måste vara enkel och ren. Rama gärna in formuläret och lämna tomt utrymme omkring det. Texten ska vara tillräckligt stor och ha mycket god läsbarhet. Det bör vara tydlig kontrast mellan text och bakgrund.



## LÄSTIPS

Det finns många sätt för e-handlare att förbättra sina nätbutiker och därmed locka fler kunder och öka sin försäljning. Journalisterna Urban Lindstedt (som bidragit med tips i den här artikeln) och Lisa Bjerre har samlat konkreta råd i boken E-handlarens handbok - vägen till framgångsrik e-handel. Boken ger den viktigaste kunskapen om praktisk e-handel och vänder sig både till nybörjare och mer erfarna.