

Stay competitive

Hva er viktig for de mest aktive nettkundene? Vi har innsikten som styrker din konkurransekraft.



KUNDENE	4
SYNLIGHET, TILLIT OG GJENKJØP	6
LEVERING	10
RETUR	14

Stay competitive

«Hurtig, lett og helt uten unødvendig kommunikasjon». Slik beskriver kundene handel i en nettbutikk de gjerne returnerer til. Er din nettbutikk på dette nivået?

Skal nettbutikken din styrke sin konkurransekraft må du kjenne dine kunder og bygge gode relasjoner. En god relasjon skapes ved å vinne kundenes tillit. I denne utgaven av Bring Research har vi kun valgt å snakke med kundene som handler fysiske varer på nett mer enn én gang pr måned. Den aktive nettkunden har bred erfaring med netthandel og vet hva som skiller en god nettbutikk fra en som ikke er like bra. Skal du vinne konkurransen fremover må du være best. Det er ikke alltid de store grepene som må til, små forandringer kan faktisk løfte

deg flere hakk. Denne rapporten viser at dersom du skal vinne kundenes tillit må du tilby dem fleksibilitet og friksjonsfrie løsninger som sparer dem for tid.

De som lykkes forstår kundenes behov og de greier å kommunisere tydelig til kundene sine. Klarer du å tilfredstille den aktive nettkunden, så er du på riktig vei. Bruk rapporten og ta nytte av gode råd og tips til enkle forbedringer – basert på hvordan kundene vil ha det. God lesning!

Utgivelse: 1, årgang: 2018. Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med analyseselskapet IPSOS, og omfatter Norge, Sverige og Danmark. De som svarer på undersøkelsen vet ikke at Posten Norge er oppdragsgiver og besvarelsene er basert på deres forhold til å handle på nett og ikke til oppdragsgiver. Rapporten er basert på spørreundersøkelse gjennomført i andre kvartal i 2018. I Norge har 1 012 personer svart, mens i Sverige og Danmark har 1 003 og 1 005 personer svart.

Ansvarlig utgiver: Posten Norge AS, Postboks 1500 Sentrum, 0001 **Redaktør:** Kjersti Tunheim Pedersen, kjersti.pedersen@bring.com, tlf:+47 913 75 250 **Design:** Kristin Slotterøy, kristin.slotteroy@posten.no, tlf: +47 413 10 010



Hvem er den aktive nettkunden?

Visste du at menn har overvunnet en stor barriere innenfor netthandel? Se mer på neste side.



Jeg sparer mye tid og bilkjøring når jeg handler på nett.

Kvinne 37, Norge

Hva og hvordan handler den aktive nettkunden?

De siste fem årene er antallet som handler varer på nett flere ganger per måned nesten fordoblet.

I Norge handler 34 prosent av befolkningen fysiske varer på nett flere ganger per måned. I Sverige er det hele 39 prosent og i Danmark 32 prosent.

Disse kundene vet hva de forventer av en god kjøpsopplevelse, fra de starter et søk til varen er mottatt eller returnert. Kjenner du deres forventninger kan du enklere tilfredstille deres krav. Leverer du dårligere enn det den aktive kunden forventer risikerer du at veksten stagnerer eller går ned.

Hva handler de aktive kundene mest? Klær er største kategori og sko er nummer tre både hos kvinner og menn. Aktive mannlige nettkunder har småelektronikk som nest største kategori, mens for kvinner er det helse, kosmetikk og apotek som er nummer to.

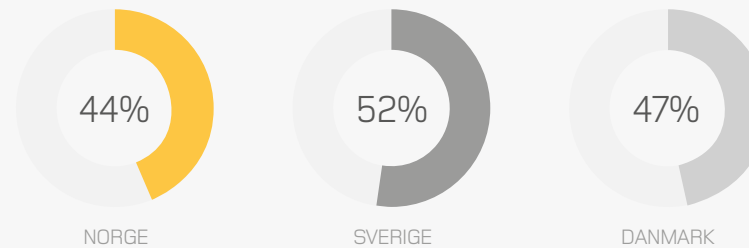
Hos totalbefolkningen er det annerledes. Der topper småelektronikk for menn, mens bøker erstatter sko for begge kjønn.



UNDERSØKELSEN VISER AT:

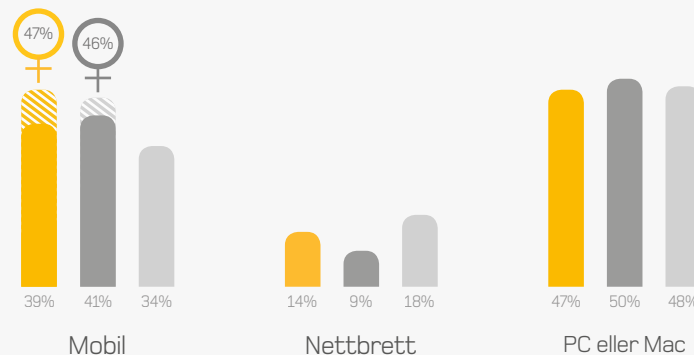
Aktive nettkunder er en voksende gruppe, og gjør snart halvparten av kjøpene sine på nett

Tall er eksklusive dagligvarer på nett



Klær topper listen i både Norge, Sverige og Danmark

Siste kjøp er fordelt mellom enhet og land:



HVA BETYR DETTE?

Den aktive nettkunden handler varegrupper som resten av totalbefolkningen er mer tilbakeholdne med, som for eksempel sko.

Dette gjelder nå også menn. En barriere er brutt ved at menn med aktivt handlemønster nå handler både klær og sko på nett, noe de ikke gjorde i så stor grad tidligere.

Mobil er viktig, kvinner handler svært ofte på mobil og i større grad enn menn.



TIPS OG RÅD

- Sørg for å utvikle dine mobilsider og gjør det friksjonsfritt å handle på mobil
- Kjenn kundene dine og test kontinuerlig
- Vit hva konkurrenter og andre nettbutikker tilbyr, kundene sammenligner og vet hva de vil ha



Synlighet, tillit og gjenkjøp

Visste du at det er forskjell på hvordan menn og kvinner finner nye nettbutikker? Se mer på de neste sidene.



Enkel oversikt,
behagelig og god
brukeropplevelse.
Lett å finne varer.

Mann 43, Norge

Hvordan finner nye kunder din nettbutikk?

Synlighet på Google er det klart viktigste for å skaffe nye kunder. Men det blir stadig viktigere å jobbe godt med andre flater også.

Ser vi bort fra Google og andre søkemotorer ser vi klare kjønnsforskjeller på hvordan kundene finner nye nettbutikker.

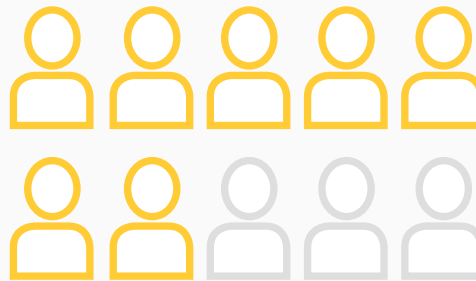
Er kvinner din primære målgruppe er sosiale medier og tips fra venner og kjente svært viktige kilder. Menn finner nye nettbutikker i langt større grad via sider som sammenligner priser.

« Satt på bussen hjem og googlet, fant opptil flere nettbutikker som selger det jeg liker – coolt.

Mann 22, Sverige

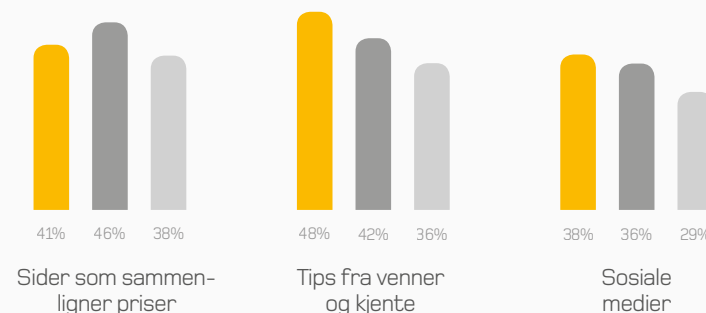


UNDERSØKELSEN VISER AT



7 av 10 bruker Google eller andre søkemotorer

Andre viktige kilder til synlighet



HVA BETYR DETTE?

Google rangerer gode mobilsider høyere enn PC, slik at nettbutikker med gode mobilsider vil komme høyere opp på søk.

Gjør det enkelt for nye kunder å bli kjent med og trygge på din nettbutikk. Mange som kommer inn via søk, prissammenligning eller sosiale medier kommer ofte direkte til produktsiden. Derfor er det viktig å la relevante salgsargumenter som rask levering og enkel retur, følge med fra startsidene.



TIPS OG RÅD

- Ha fokus på mobilsider
- Jobb aktivt med SEO
- Ikke glem produktsidene. Husk å vise salgsargumenter også der
- Ha en tydelig strategi for sosiale medier

Hva avgjør om kundene får tillit til din nettbutikk?

Tillit er et viktig fundament i alle gode relasjoner. Hvordan kan du bygge tillit hos den aktive nettkunden?

Hvis den aktive nettkunden får tillit til din nettbutikk, så er sannsynligheten stor for at også resten av nettkundene får det.

Mange kunder synes det er tillitvekkende å se hva andre mener om nettbutikken. Dette kan du legge til rette for selv ved å vise tilbakemeldinger på varer og opplevelse.

Som i delen «synlighet» er det mulig å åpne for anmeldelser i sosiale medier. Husk også at god dialog og kommunikasjon med kundene er med på å bygge tillit.

Tydlig informasjon om levering og retur er viktig allerede når kunden kommer inn i din nettbutikk. Sikre og gode betalingsløsninger er også helt essensielt å tilby.

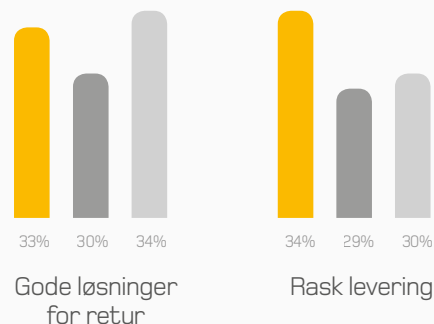
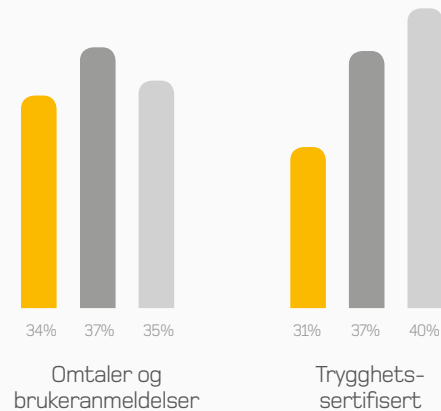
« Jeg foretrekker klesbutikker hvor jeg kan lese hva andre mener om størrelsene. Det føles tryggere.

Mann 37, Norge



UNDERSØKELSEN VISER AT

Gode priser, godt vareutvalg og gode betalingsløsninger er basis for tillit. I tillegg legger kundene vekt på dette:



HVA BETYR DETTE?

Kommuniser enkelt og tydelig rundt elementene som skaper tillit og trygghet for kundene. Det kan være triggeren som utløser et kjøp.

Ikke undervurder verdien av å fortelle kunden om leverings- og returbetingelser på en enkel og lettfattelig måte med en gang de kommer inn i nettbutikken.



TIPS OG RÅD

- Forklar leveringsalternativer og retur enkelt og tydelig
- Legg til rette for anmeldelser og rangering i sosiale medier
- Vær løsningsorientert i kommunikasjonen med kundene

Hva er viktig for å få eksisterende kunder til å handle igjen?

Forstå hva som gjør kundene fornøyde, så har du grunnlaget for gjenkjøp.

En god kjøpsopplevelse starter allerede når kunden kommer inn i nettbutikken. Kundene setter pris på at deres behov tilfredsstilles gjennom hele kjøpsprosessen. Opplever de at det er enkelt å finne fram og å gjennomføre kjøpet, er sjansen stor for at de vil handle på samme sted igjen.

Et kjøp er ikke avsluttet før varene er levert. Leveringstid er ett av punktene hvor nettbutikkene ikke lever opp til kundenes forventninger, samtidig er det også den viktigste faktor for at de blir fornøyde. Det betyr at nettbutikker som leverer raskt, kan skille seg ut ved å kommunisere dette tydelig.

« Billigere og enklere enn i butikk. Bestilte på lørdag og fikk varen allerede på mandag.

Kvinne 43, Sverige



UNDERSØKELSEN VISER AT

70%

var fornøyde med sitt siste kjøp.



KUNDENE BLIR FORNØYDE NÅR...

- ... det går kjapt, de sparer tid og de får rask levering
- ... når hele prosessen er enkel og fleksibel
- ... når de får gode rabatter og tilbud

MEN SYNES AT NETTBUTIKKENE KAN BLI BEDRE PÅ...

... å gi lett tilgjengelig informasjon om kjøpsvilkår og betingelser	... å gi lett tilgjengelig informasjon om kjøpsvilkår og betingelser	... relevante leveringsalternativ
... leveringstid	... leveringstid	... leveringstid
... god produktinformasjon og bilder	... filtrering og søk	... god produktinformasjon og bilder
NORGE	SVERIGE	DANMARK



HVA BETYR DETTE?

Kunder vil være selvbetjente og foretrekker nettbutikker med en enkel og smidig prosess, fra søk til levering og retur.

Skal du lykkes må du ha fokus på det som skaper verdi for kundene.

Tid fra bestilling til levering er en viktig faktor for å få fornøyde kunder og gjenkjøp.



TIPS OG RÅD

- Legg kjøpsvilkår og relevant informasjon lett tilgjengelig
- Testshop i egen nettbutikk
- Løs kunde problemer raskt og bruk all informasjon til forbedringer

Levering

Visste du at mulighet til å endre utleveringssted oppleves som god fleksibilitet og service? Se mer på de neste sidene.



Ville ha den raskt og varen var stor, så jeg fikk den levert på døra. Dessuten var det ikke SÅ stor forskjell i pris.

Kvinne 33, Danmark

Er standard levering godt nok?

Økt fleksibilitet og spart tid
- ikke glem at levering er en viktig del av kjøpsopplevelsen.

Hva som oppleves som fleksibelt og tidsbesparende varierer fra person til person og basert på hva man har handlet.

De beste nettbutikkene forstår kundens behov og tilbyr flere leveringsalternativer. De kommuniserer også tydelig hva alternativene betyr.

Det kan for eksempel være å tilby pakke i postkassen, valgfritt utleveringssted eller hjemlevering.

« Jeg valgte et utleveringssted som er nærmest jobben og ikke hjemmet.

Kvinne 29, Danmark

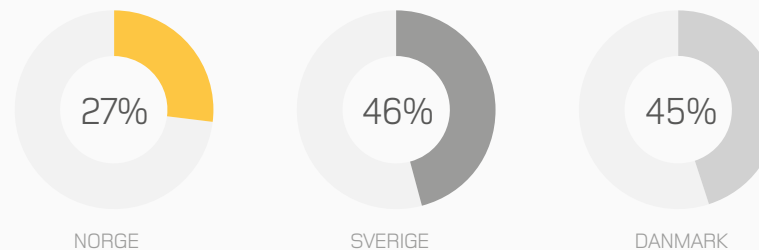
« Mye bedre for meg å få det levert hjem når det er mulig, enn å måtte kjøre og hente den selv.

Kvinne 41, Sverige



UNDERSØKELSEN VISER AT

Flere har valgt et annet leveringsalternativ enn det som var standard eller billigst i løpet av de siste 3 måneder.



Årsaker for å velge et annet alternativ er at de ønsker en smidigere og enklere levering eller at de vil spare tid.



HVA BETYR DETTE?

Ved å tilby kundene flere leveringsalternativer gir du dem økt fleksibilitet og service. Hvilke du skal tilby er avhengig av hvilken type vare du selger eller kundesegmentet du satser på, men tenk også på sesongvariasjoner. Husk at kundene har andre behov ved julehandel enn resten av året.



TIPS OG RÅD

- Gi økt service og fleksibilitet ved å tilby flere leveringsalternativer
- Gi hente selv-alternativet økt verdi ved å la kunden enkelt velge utleveringssted selv
- Test ut flere og nye leveringsalternativer

Hvordan vil kundene ha varene levert?

Vi ser en økt etterspørsel etter leveringsalternativ hvor kunden «slipper» å forholde seg til leveransen.

Postkassen er et godt eksempel på dette, varene blir levert hjemme hos kunden og kunden slipper å gjøre noe selv.

Mange ville ha valgt et annet alternativ enn slik de fikk det levert. Hovedårsakene til at de ikke valgte sitt foretrukne alternativ var at nettbutikken ikke tilbød det, at fraktprisen var høy eller at varene var for store for postkassen.

« Foretekker alltid hjemlevering og velger det dersom prisen er den samme eller nesten den samme.

Mann 33, Norge

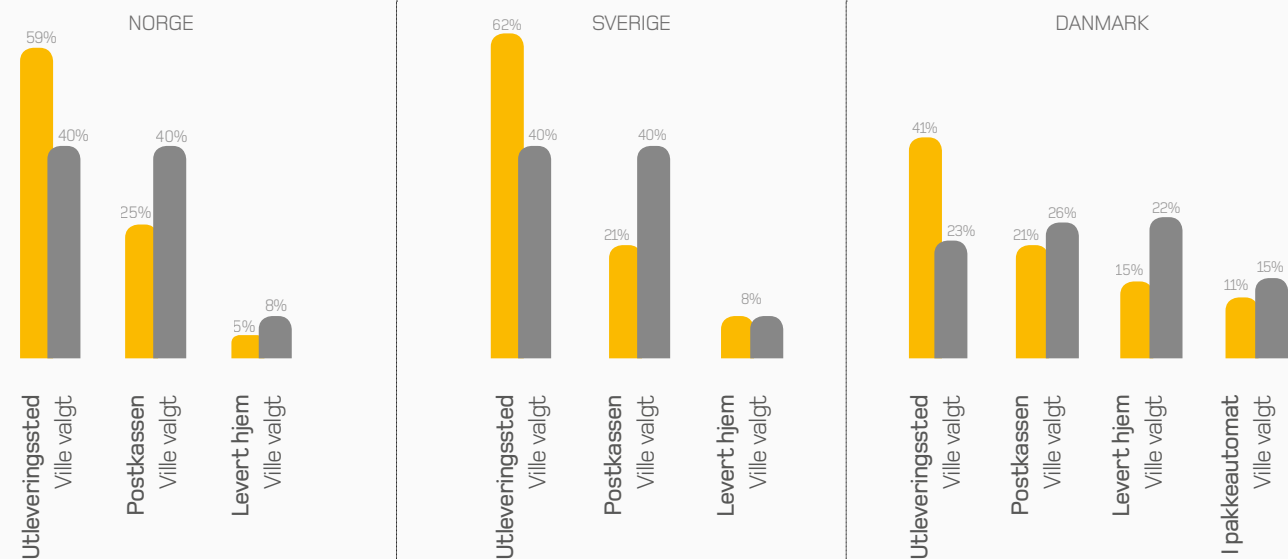
« Jeg benytter helst postkassen, det er det smidigste og jeg kan bare ta det med meg når jeg kommer hjem.

Kvinne 45, Sverige



UNDERSØKELSEN VISER AT

Flest har hentet på utleveringssted, og 7 av 10 ville valgt dette igjen



HVA BETYR DETTE?

Forstå hvordan leveringsalternativene kan gi økt verdi for kundene dine. Levering som prises for høyt oppleves ikke som et alternativ.



TIPS OG RÅD

- Tilby flere leveringsalternativer, og test ut betalingsvillighet på disse
- Har du små varer, tilby postkassen

Hvor raskt må du levere for å være konkurransedyktig?

Rask levering gir fornøyde kunder og fornøyde kunder kommer tilbake.

Rask levering er den faktoren som påvirker tilfredsheten mest etter kjøp i alle land.

Svenske og danske kunder forventer raskere levering enn de norske. Forventningene er basert på tidligere erfaringer, og kundene sammenligner med hvor raskt de beste leverer.

Mange nettbutikker lever ikke opp til kundenes forventninger. I Norge var snitt leveringstid nesten 5 dager lenger enn det kundene forventet. Her er det et stort salgspotensiale for de med effektive prosesser og som klarer å kommunisere tydelig leveringsdato til kundene.

« Måtte ha varene raskt, og da velger jeg en nettbutikk som forteller meg hvor fort de kan levere.

Mann 27, Sverige

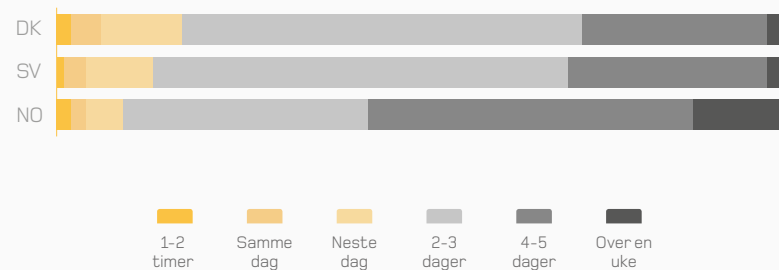
« Tar det mer enn 5 dager å få pakken, handler jeg ikke der igjen.

Kvinne 42, Danmark



UNDERSØKELSEN VISER AT

Nettbutikker med rask ordrehåndtering kan øke konkurransekraft ved å kommunisere dette tydelig



Hvor lang tid forventer kundene at leveringen tar?



HVA BETYR DETTE?

Kunden forventer ikke ekspresslevering, men leverer du raskt har du et konkurransefortrinn. Sørg for effektiv ordrehåndtering og få varene fort ut. Like viktig kan det være å styre kundenes forventninger ved å opplyse om leveringsdato før kjøp. Kunder som får mer eksakt leveringstid, enn for eksempel 1-5 dager, kan enklere avgjøre om de syntes tiden er akseptabel.



TIPS OG RÅD

- Finn flaskehalsene i ordrehåndtering og sett måltall på antall ordre ut samme dag som bestilling
- Gi kundene mulighet til å se leveringsdato raskt ved at de taster inn postnummeret sitt

Returer

Visste du at enkel retur kan konvertere flere kunder i alle bransjer?
Les mer på de neste sidene.



Det var som om jeg selv skulle sende en pakke. Ikke noe var tilrettelagt fra nettbutikken. Heller ikke noen returguide var vedlagt.

Kvinne 36, Danmark

Hvor viktig er det å tilby kundene en returløsning?

Gode returløsninger kan være avgjørende for kjøp i alle bransjer.

De aktive kundene setter krav til returløsning og de sjekker returvilkår allerede når de kommer inn i din nettbutikk. Dette gjør de innen alle bransjer, fordi de ønsker å handle hos nettbutikker som gir dem trygghet ved å tilby enkel og rimelig retur.

De som ikke sjekker returvilkår, handler ikke varer på nett som de kanskje må returnere. Bygg gode erfaringer med returløsninger som kan være med på å skape trygghet hos kundene og gi økt salg.

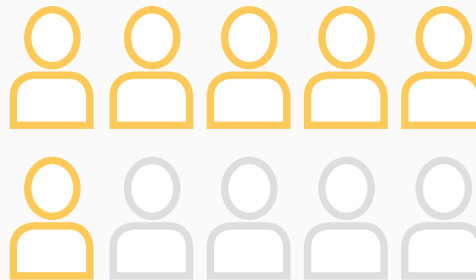
Nettbutikker som ikke tilbyr egen returløsning, har høye returkostnader eller vanskelig tilgjengelige returvilkår risikerer avbrutte kjøp og tapt salg.

« Tungvint og dårlig løsning at nettbutikk ikke sender med returlapp.

Kvinne 24, Danmark



UNDERSØKELSEN VISER AT



6 av 10 sjekker returløsning før de handler i en ny nettbutikk

20%

oppgir dårlig returløsning som årsak for avbrutt handel eller at de har latt være å handle i en nettbutikk i løpet av siste tre mnd.



HVA BETYR DETTE?

Enkel returløsning viser at du forstår kundens behov. Dette gir økt sannsynlighet for salg og gjenkjøp. Dette gjelder ikke bare for bransjer hvor kunden ønsker å ta og føle på produktet, som klær og sko. Enkel retur gir kundene trygghet til å gjennomføre kjøpet. I tillegg vil fornøyde kunder gjerne dele sin opplevelse og dette kan gi deg enda flere kunder.



TIPS OG RÅD

- Tilby kunden enkel retur og informer om dette, både på startsidene og produktsidene
- La all returinformasjon være lett tilgjengelig og bruk et forståelig språk
- Bruk returløsningen aktivt for å konvertere flere kunder

Hvorfor returneres varene?

Forbedringer som kan redusere antall returer er vinn-vinn både for kunder og nettbutikk.

De fleste returer kommer i bransjer hvor kundene har behov for å føle og prøve produktene, som ved klær og sko. Den gode nyheten er at det går an å redusere returer ved å jobbe med årsakene. Er bilder og informasjon god nok til at kunden kan ta riktig beslutning? Har du kontroll på interne prosesser så kunden får riktig vare?

Det utvikles nye løsninger som gjør det mulig med virtuell prøving av klær eller mulighet til å se møblene i sin egen stue.

« Det jeg mottok så ikke ut som bildet i butikken og i tillegg måtte jeg betale for returen.

Kvinne 22, Sverige



UNDERSØKELSEN VISER AT

Klær og sko returneres fordi:

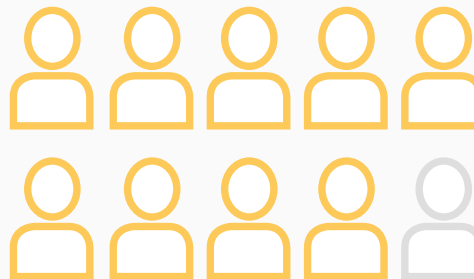
Varen passet ikke, eller feil størrelse

Svarte ikke til beskrivelse i nettbutikk eller ikke som forventet

Småelektronikk returneres fordi:

Skadet eller feil vare

Svarte ikke til beskrivelsen i nettbutikk eller ikke som forventet



9 av 10 har returnert varer i kategoriene: klær, sko og småelektronikk, hvor klær er absolutt størst



HVA BETYR DETTE?

Å begrense returer er en kontinuerlig jobb på mange nivåer. Både interne og eksterne kilder kan gi gode pekepinner på hva som forårsaker returer.

Informative produktbeskrivelser sørger for at kundene velger riktige størrelser og forstår hvordan produktet ser ut.

Gode lagerrutiner reduserer mulighet for feilplukk og skader.



TIPS OG RÅD

- Jobb kontinuerlig med returårsaker for å minske antall returer
- Bruk alle tilbakemeldinger og henvendelser til kundeservice til å gjøre forbedringer
- Ta i bruk ny teknologi som enkelt kan gi kunden bedre og tryggere kjøpsopplevelse

Hva synes kundene om returløsningen?

Kunden forventer at nettbutikker tilbyr dem enkel retur.

En enkel returløsning gir kundene trygghet til å gjennomføre kjøpet. Kunder som er misfornøyd med en vare og deretter opplever at nettbutikken ikke tilbyr enkel returløsning, handler neppe igjen. Kundene er villige til å betale noe for en retur, men den må være enkel. Nettbutikkene må også være raske med å tilbakebetale penger ved en retur for å få fornøyde kunder.

Det var ikke vedlagt en adresselapp til retur.
 « Jeg måtte ringe til butikken for å få vite hvordan man returnerte varen.

Kvinne 47, Danmark

« En veldig omstendelig prosess og jeg måtte betale alt selv.

Mann 39, Sverige

« Det tok over en måned før jeg fikk igjen pengene mine.

Kvinne 29, Norge



UNDERSØKELSEN VISER AT

20%

var ikke fornøyde med sin siste retur



KUNDENE SYNES AT...

... returløsningen var komplisert og tungvint

... returløsning var for dyr



KUNDENE FORVENTER...

... vedlagt returlapp i pakken

... mulighet til å gjenbruke emballasjen

... rask tilbakebetaling av pengene



HVA BETYR DETTE?

Skal du være konkurransedyktig må du tilby enkel retur og ha effektive prosesser for tilbakebetaling. Kundene vil velge bort nettbutikker som ikke tilbyr dette. De vil spare tid og ha enkle løsninger gjennom hele kjøpsprosessen fra søk til retur. Returer er ikke bare en kostnad, men en mulighet for å få fornøyde kunder som handler mer hos deg.



TIPS OG RÅD

- Legg ved returlapp i pakken
- Enkel retur må ikke være fri retur, test ut hva kundene er villig til å betale



Vil du vite mer om netthandel?

Følg oss på disse kanalene:



Bring Norge



@bring_no



Bring Norge



bring.no/netthandel