

Både B2C och B2B-företag rapporterar i studien en minskad försäljning från traditionella försäljningskanaler men en ökning från digitala försäljningskanaler.

2020-06-04 06:00 CEST

B2B-företags försäljning hårdast drabbad i de ekonomiska sviterna av coronakrisen visar ny studie

Den digitala försäljningsbyrån [Columbia Roads](#) senaste [studie](#) visar att B2B-sektorn är den som drabbas hårdast i de ekonomiska sviterna av coronakrisen. Ökningen i digitala försäljningssiffror för B2C-företag verkar rädda dem.

I studien som genomfördes i april och maj månad 2020 deltog 100 företagsledare inom försäljning och marknadsföring i Norden. Studien innefattar 88 svar på en webbaserad enkät samt 12 djupintervjuer.

Både B2C och B2B-företag rapporterar i studien en minskad försäljning från traditionella försäljningskanaler men en ökning från digitala försäljningskanaler. Trots det ser B2B-sektorn en total minskning i sin försäljning.

Flera företag inom **B2B-sektorn** menar att de varit dåligt förberedda för en sådan drastiska förändring av marknaden och agerar nu på att digitalisera sina försäljningskanaler. Den förändrade situationen har agerat katalysator för en förändring i bolag som länge fått vänta. Nu finns inte längre någon återvändo till tidigare arbetssätt för försäljning och marknadsföring.

*“Nu när allt fler företag bekräftar att de går “remote first” för framtiden kommer det bli än viktigare för företag som säljer B2B att hitta sina digitala försäljningsvägar. Detta är det nya normala och alla företag, såväl B2C som B2B kommer i framtiden vara högst beroende av effektiva digitala försäljningskanaler för att vara flexibla på en snabbföränderlig marknad” säger **Lauri Eurén**,*

Columbia Roads General Manager i Sverige.

Ökningen i digitala försäljningssiffror för **B2C-företag** verkar rädda dem. Trots att B2C företag även de rapporterar ett stort tapp i traditionella försäljningskanaler så rapporterar de i kontrast till B2B-företagen, en en så pass stor ökning i försäljning från sina digitala kanaler att det kan gottgöra tappet.

Resultaten från studien visar en total ökning i digital försäljning med 41% utslaget på alla sektorer. För 15% av företagen har ökningen av digital försäljning varit betydande. Detta står i kontrast till fysisk handel där endast 16% av företagen såg en ökning i sin försäljning under coronakrisen medan hela 65% rapporterade en minskning.

“Det rådande kris hittills har visat oss är att effektiva digitala försäljningskanaler, där B2C segmentet har en mycket högre mognad än B2B, i flera fall kan vara den avgörande faktorn i huruvida ett företag tar sig igenom krisen eller inte” menar **Lauri Eurén**. *“På den nya marknaden har du inte råd att inte sälja digitalt”*.

[Columbia Road](#) är Nordens ledande byrå inom digital försäljning med tjänster som hjälper företag att öka sin försäljning i digitala kanaler genom strategisk vägledning, design, utveckling och marknadsföring. Företaget, med 100 anställda i Sverige och övriga Europa, har en genomsnittlig årlig tillväxt på 70%. Columbia Road har kunder inom såväl B2C och B2B som SAS, Telia Sverige och Matsmart.

Kontaktpersoner



Lauri Eurén

General Manager

lauri.euren@columbiaroad.com

+46 70 247 6339