



2020-06-16 08:00 CEST

Ny undersökning: Att ha en e-handel är inte längre tillräckligt - företag måste lära sig hur man säljer online

Enligt en ny studie från den digitala försäljningsbyrå [Columbia Road](#) är en brist på expertis ett av de största hindren för tillväxt och marknadsföring av digital försäljning just nu. En stor del av företagen som deltog i studien anser också att endast existensen av en e-handel inte är tillräckligt för att stödja deras försäljning. Det krävs en förändring i hur verksamheten bedrivs för att stödja olika digitala försäljningslösningar.

I undersökningen under maj månad deltog 100 företagsledare inom

försäljning och marknadsföring i Norden.

”Företagsledare i Norden anser att e-handeln under coronakrisen klivit två år framåt i utvecklingen inom loppet av bara ett par månader. Konsumenter har nu högre vana av online-shopping, varför företag nu måste utveckla sina kunskaper inom digital försäljning och av digitala shoppingupplevelser för att lyckas. Detta gäller för företag i alla storlekar och än mer för företag verksamma i traditionella industrier,” säger **Lauri Eurén**, General manager för Columbia Road i Sverige.

Studien fann att företagsledare själva upplever e-handeln endast vara en liten del av den coronadrivna revolutionen av digital försäljning. Cirka hälften av **B2B-företagen** som deltog i studien sa att de framåt planerar att investera i effektivare försäljning och i förvärv av nya kunder.

Hälften av **B2C-företagen** svarar att de planerar att investera mer i digital marknadsföring och analys. Varken B2B- och B2C-företag angav e-handelsbutiken som en av fem huvudsakliga investeringsområdena framåt, men 27% av alla företag menar att de utöver annat planerade att också investera i ny e-handel eller nya försäljningskanaler.

Bristande expertis upplevdes tydligt som den mest betydande flaskhalsen bland försäljnings- och marknadschefer.

-

Läs mer om studien

- Undersökningen involverade 88 respondenter genom en webbenkät.
 - Dessutom genomfördes 12 djupintervjuer.
 - 41% av företagen som svarade i undersökningen ökade sin digitala försäljning under coronakrisen
 - För 15% av företagen har försäljningstillväxten varit betydande.
 - Endast 16% av företagen rapporterar en ökning av traditionell försäljning.
 - 65% av företagen rapporterade en minskning av traditionell försäljning.
-

[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 Matmart.

Kontaktpersoner



Lauri Eurén

General Manager

lauri.euren@columbiaroad.com

+46 70 247 6339