

Resurs nordiska konsumentundersökning:

Konsumenter vill ”klämma och känna” – framför allt vid e-handelsköp inom hemelektronik

Resurs nordiska konsumentundersökning kring vad som bidrar till lojala kunder visar att 54% av nordiska konsumenter önskar mer av upplevelsen att ”klämma och känna” på produkter i samband med e-handelsköp. Starkast är önskemålet inom branschen för hemelektronik. Detta är en av flera insikter som presenteras i Resurs Retail Report: *Strategier för en lojalitetsskapande kundresa*, som släpps senare i år.

På frågor om vad som bidrar till en positiv köpupplevelse visar Resurs nordiska konsumentundersökning att det finns en önskan att i större utsträckning uppleva produkten på ett mer verklighetstroget sätt, när man handlar på en e-handelsplats. Hemelektronik är den bransch där det finns starkast efterfrågan att ”klämma och känna” vid e-handel, tätt följt av möbel- och heminredningsbranschen.

- Vi ser att nästan sex av tio önskar mer av upplevelsen av att klämma och känna på produkter vid e-handel. Särskilt kvinnor i åldersgruppen 18-29 år vill få närkontakt med produkterna, men önskemålet finns tydligt i alla kundsegment. För handlaren innebär det att ge kunden en upplevelse som liknar den man ofta får i fysiska butiker. Att differentiera sig på detta sätt bidrar till en positiv köpupplevelse och kan leda till fler återkommande kunder, säger Anette Konar Rippe, CMO, Resurs Bank.

För att ge handlare mer inblick kring detta tema presenterar Resurs en artikel på [Resurs Insights](#) där läsaren kan ta del av insikten i sin helhet tillsammans med nedan tips för en mer lojalitetsskapande köpupplevelse.

- Fundera över hur konsumenterna vill ha närkontakt med produkten i din kategori. Är det ljudet som uppstår när handen glider över tyget? Är det känslan när man vrider programväljaren på tvättmaskinen?
- Ta reda på exakt var ”vill-ha-känslan” uppstår. Djup förståelse för köpbeteendet i kategorin är en framgångsfaktor när du utvecklar e-handelsplatsen.
- Inspireras av hur influencers och bloggare, t.ex. inom smink- och modebranschen, skapar innehåll som presenterar och inspirerar konsumenter att lära känna produkten och överväga köp.

Resurs har lång erfarenhet av att hjälpa handlare att uppnå högre snittköp och fler återkommande kunder genom innovativa lösningar som förenklar kundresan. Resurs är en strategisk samarbetspartner i den omställning många handlare idag genomgår för att anpassa sin affär till dagens omni-handel där kunder vill röra sig obehindrat mellan fysiska butiker och e-handel. För att även i fortsättningen erbjuda rätt lösningar till retailbranschens aktörer vill Resurs få djupare inblick i vad som i dag driver kundlojalitet.

OM RESURS BANK

Resurs är en nordisk nischbank med ledande betal- och finansieringslösningar för handeln och dess kunder. Vi hjälper företag och privatpersoner att låna, spara och betala. Med över 40 års erfarenhet av handel, gör vi det snabbt, enkelt och tryggt att handla, både online och i butik. Vi sätter kundupplevelsen i fokus och arbetar för att få det roliga att hända och det svåra att kännas enklare. Idag har vi cirka 6 miljoner privatkunder och över 700 anställda i Norden.

- Vi är nyfikna på aktuella trender och vill bidra till handelns utveckling i takt med att konsumtionsmönster förändras. Vi ser därför fram emot att dela med oss av fler intressanta insikter i Resurs Retail Report: *Strategier för en lojalitetsskapande kundresa*, som släpps senare i år. Vi tror rapporten kommer bidra till intressanta diskussioner kring vad man som handlare bör fundera på för att få fler återkommande kunder, säger Anette Konar Riple.

Mer information:

Anette Konar Riple, CMO, Resurs Bank, anette.konarriple@resurs.se, +46 707 126 351
Anna Nauclér, CCO, Resurs Bank, anna.naucler@resurs.se +46 709737255

Ta del av kommande nyheter från Resurs Insights – anmäl dig till våra utskick [här](#)

Fakta om Resurs nordiska konsumentundersökning:

Resurs undersökning är genomförd i samarbete med Kantar Sifo och bygger på 4 410 intervjuer genomförda i Norge, Danmark, Sverige och Finland. Analysen har resulterat i insikter om vad som driver lojalitet i branscher som till exempel hemelektronik, kläder/skor och byggvaror/trädgård. Detta är några av de branscher där Resurs redan idag har lång erfarenhet och nu vill få ännu djupare förståelse för vad som driver kundlojalitet.

OM RESURS BANK

Resurs är en nordisk nischbank med ledande betal- och finansieringslösningar för handeln och dess kunder. Vi hjälper företag och privatpersoner att låna, spara och betala. Med över 40 års erfarenhet av handel, gör vi det snabbt, enkelt och tryggt att handla, både online och i butik. Vi sätter kundupplevelsen i fokus och arbetar för att få det roliga att hända och det svåra att kännas enklare. Idag har vi cirka 6 miljoner privatkunder och över 700 anställda i Norden.