

Litium släpper årliga rapporten ”Svensk B2B-handel 2017”

Antal B2B-företag som säljer digitalt ökade med 18 procent mellan 2016 och 2017

Den digitala handeln bland svenska B2B-företag har tagit fart de senaste åren och mellan 2016 och 2017 ökade den med 18 procent enligt Litiums återkommande undersökning av svensk digital B2B-handel.

Undersökningen är en kartläggning av en av Litiums målmarknader, medelstora och stora företag inom både B2B, och är en viktig del i bolagets strävan att ta en position som kunskapsledande inom segmentet.

Undersökningen visar om och hur svenska B2B-företag arbetar med digitala kanaler i sin försäljning. I årets undersökning är det hela 67 procent som säger sig sälja digitalt, en ökning med 18 procent från 2016. Ökningen är tydligast bland de små och medelstora företagen. Här uppger 56 procent att de säljer digitalt till skillnad från 42 procent för ett år sedan. De e-handlande B2B-företagen förväntar sig också att den digitala försäljningen kommer att öka, hela 94 procent tror detta. Av de företag som ser en positiv försäljningsökning förväntar sig en tredjedel att ökningen kommer att vara större än 25 procent.

– Den främsta drivkraften för B2B-företagen är viljan att effektivisera försäljningen, säger Henrik Lundin, vd på Litium. Hela 50 procent av intervjupersonerna anger det som mest prioriterat. Näst högst upp på listan över drivkrafter är att öka servicegraden mot kunderna. B2B-företagen sätter stort värde i att bygga starka relationer med sina kunder och det framstår tydligt att detta är en viktigare morot än ökad nyförsäljning när man satsar digitalt.

– Jag får uppfattningen att B2B-företagen håller på att jaga ifatt B2C-företagen när det gäller e-handel, säger Henrik Lundin. Men precis som detaljhandeln just nu genomgår ett stålbad där företag som inte anpassade sig till det nya digitala landskapet nu har stora lönsamhetsproblem kan vi se att B2B-företagen idag befinner sig vid samma vägska. Den nya generationens inköpare kommer, precis som konsumenterna, att vilja kunna välja när, hur och var de gör sina inköp.



Henrik Lundin, Litium

För ytterligare information kontakta:

Henrik Lundin, VD Litium AB

Mobil: +46 709 73 42 31

E-post: henrik.lundin@litium.com

Om undersökningen Svensk B2B-handel

Undersökningen "Svensk B2B-handel" görs på uppdrag av Litium i samarbete med B2B-byrån Högvall & Sjöman samt branschföreningen Svensk Digital Handel. Den kom ut första gången 2016 och vänder sig till svenska B2B-företag, både de som använder sig av e-handel för försäljning men även de som inte använder sig av e-handel. 2017 har 157 personer i ledande ställning i olika svenska B2B-företag intervjuats. Ladda ner: <https://www.svenskb2bhandel.se/ladda-ner-2017>

Om Litium

Litium AB (publ) är en molnbaserad e-handelsplattform som hjälper till att accelerera försäljningen för stora och medelstora företag inom både B2B och B2C. Lindex, Strålfors och Tingstad är några av Litiums kunder, vilka totalt omsätter över 5 miljarder kronor årligen online. Litium agerar genom sitt partnersnätverk på den nordiska marknaden och är noterat på AktieTorget i Stockholm.

www.litium.se