

Litium släpper ny studie: 65% av skandinaviska B2B-företag möjliggör försäljning i digitala kanaler

Litium släpper idag sin femte rapport om digital B2B-handel – Scandinavian B2B Commerce 2021. Studien baseras på svar från närmare 900 beslutsfattare vilket gör den till Nordens största undersökning om hur företag gör affärer i digitala kanaler. Årets rapport belyser hur skandinaviska B2B-företag drar nytta av den ökade digitaliseringen för att växa sina affärer och betonar vikten av att ha en plan för det egna företaget för att inte hamna efter.

Årets studie fokuserar på produktsäljande företag inom framför allt tillverkning och handel och visar på ett stort intresse för digitala affärer. Hela 65% av företagen i studien har idag öppnat upp för möjligheten att göra affärer genom digitala kanaler. 34% erbjuder digital handel direkt från en egen e-handelslösning. Resterande företag erbjuder en kombination av en digital produktkatalog eller möjligheten att begära en offert i digitala kanaler och tjänster för EDI eller direktintegration till sina kunders inköpsportaler.

Malin Bodolla, CMO på Litium, konstaterar att skandinaviska B2B-företag är på god väg att kapitalisera på de möjligheter som den ökade digitaliseringen erbjuder men att de flesta har mycket mer att hämta:

– Tre fjärdedelar, 74%, av skandinaviska B2B-företag som säljer digitalt idag ser ökad försäljning framåt. Det är tydlig signal till de som ännu inte har en plan för sin digitala affär att det hög tid att komma igång. Merparten av alla företag driver idag trafik till sin sajt men det räcker inte att stanna där – det gäller att även ta hand om trafiken och konvertera den till affärer.

Nytt för i år är att Litium utvecklat en mognadsstege för digitala affärer mellan företag. *B2B Commerce Maturity Ladder* delar in skandinaviska B2B-företag i fem mognadssteg, från de som ligger i startgroparna för digital handel till de datadrivna företag som jobbar kontinuerligt med att utveckla sin digitala affär och sina kundrelationer. I takt med att företagen rör sig uppåt på stegen ökar mognadsgraden inte bara vad gäller fokus på digital handel utan också hur aktivt företagen arbetar med att förstå sina kunders resa, hur man marknadsför sitt erbjudande i digitala kanaler och hur man drar nytta av data för att utveckla sina affärer och sin digitala närvaro.

– Studien visar tydligt att B2B-företagens digitaliseringsresa tar många olika former – det handlar inte om svart eller vitt. Vissa företag börjar med att driva trafik och generera leads i digitala kanaler. Andra gör det möjligt att hitta information i en digital produktkatalog. En tredje grupp lanserar en egen e-handel direkt. Det finns inte en förutbestämd väg som passar alla. För att kunna dra full nytta av den enorma potential som ökad digitalisering innebär gäller det att hitta det första steg som är bäst för det egna företaget och att bestämma vilken slutdestination man vill nå. Det viktiga för att inte bli omsprungen i digitaliseringsracet är att påbörja resan här och nu! avslutar Malin Bodolla.

Scandinavian B2B Commerce 2021 har tagits fram i samarbete med B2B-byrån Crescendo. Rapporten släpps den 18 maj och finns att ladda ner på: <https://content.litium.com/sv/b2b-rapport-2021>

Scandinavian B2B Commerce 2021 i siffror

- 65% av B2B-företagen möjliggör försäljning genom digitala kanaler. Det vanligast sättet är att erbjuda en webbshop, med eller utan krav på inloggning vilket erbjuds av 34% av företagen
- 74% av företagen som säljer digitalt idag förväntar sig en försäljningsökning de kommande tre åren
- 27% av de företag som inte säljer digitalt idag planerar att erbjuda e-handel inom tre år
- 52% av B2B-företagen har kartlagt sina kunders köpresa som grund för att utveckla sina processer, organisation eller stödsystem
- 71% av företagen arbetar aktivt med att driva trafik till sin e-handel eller företagssajt genom digital marknadsföring
- 62% av företagen mäter och följer upp sina aktiviteter i digitala kanaler, merparten med fokus på de tidiga stegen i köp- och säljprocessen
- Endast 13% av B2B-företagen i studien anser sig ha ett datadrivet synsätt på sitt arbete

För mer information kontakta:

Malin Bodolla, CMO Litium AB
Mobil: +46 738 00 35 40
E-post: malin.bodolla@litium.com

Om Litium

Litium AB (publ) tillhandahåller en molnbaserad plattform för digital handel som hjälper medelstora och stora företag inom både B2B och B2C att accelerera sin försäljning. Lindex, Tingstad och Jollyroom är några av Litiums kunder, vilka totalt omsätter över 10 miljarder kronor årligen online. Litium agerar genom sitt partnersnätverk på den nordiska marknaden och är noterat på Nasdaq First North Growth Market. Arctic Securities är bolagets Certified Adviser och kan nås på certifiedadviser@arctic.com eller +46 844 68 61 00. För mer information om Litium besök www.litium.se