

AI användningen ökar snabbt bland nordiska B2B-företag

Användningen av artificiell intelligens (AI) har det senaste året ökat från 15 till 24 procent hos nordiska B2B-företag visar Litiums nya AI-rapport där nordiska tillverkare, grossister och distributörer tillfrågats kring sin AI-användning inom digital försäljning. B2C tog snabbt till sig AI-tekniken för att vässa sina erbjudanden och automatisera sin kundtjänst och det är tydligt att e-handeln mellan företag nu går samma väg.

AI har gått från hype till konkret affärsnytta i rekordfart bland B2B-företag visar Litiums nya AI-rapport som släpps idag. I Litiums årliga B2B-rapport för ett år sedan svarade 15 procent att man använde AI. I årets dedikerade AI-rapport svarar närmare vart fjärde företag, 24 procent, att AI används för att effektivisera försäljning, stärka kundupplevelsen och skapa nya affärsmöjligheter. Ytterligare 32 procent planerar att ta steget inom kort.

— Längst i AI-arbetet har de större företagen kommit där 67 procent uppger att man infört eller planerar att införa AI i verksamheten, säger Malin Bodolla, marknadschef på Litium. Men mindre företag börjar snabbt komma ikapp. Bland företag med en omsättning under 20 miljoner kronor har AI-användningen nästan fördubblats på ett år.

I genomsnitt ser företagen fler än två användningsområden för AI i den egna verksamheten och de som nämns mest handlar om:

- Marknadsföring (57 procent)
- Datainsamling och analys (55 procent)
- Effektivisering av försäljningsprocesser (44 procent)
- Kundsupport (41 procent)
- Personalisering av kundupplevelsen (34 procent)

— Den digitala handeln B2C var tidigt ute med att skapa affärsnytta med AI och det är tydligt att handeln B2B snabbt tar samma väg, inte minst användningen bland de mindre företagen, säger Malin Bodolla. Men som med så mycket annat inom digital transformation handlar det om att teknik och intern kompetens måste hålla jämna steg om satsningarna ska lyckas.

Om rapporten

Den nya rapporten "[The Rise of AI in B2B Digital Commerce](#)" är den första i sitt slag och bygger på insikter från över 900 beslutsfattare i Norden – alla verksamma inom tillverkning, distribution eller grossistledet. I rapporten belyses frågor som hur företag använder AI i marknadsföring och försäljning idag, vilka risker och utmaningar de ser och hur deras framtidsplaner för AI ser ut.

Rapporten i sin helhet finns på litium.se.

För mer information kontakta:

Malin Bodolla, CMO Litium AB
Mobil: +46 73 800 35 40
E-post: malin.bodolla@litium.com

Om Litium:

Litium AB (publ) är en av Nordens ledande aktörer inom digital handel. Vi hjälper företag inom B2B och B2C att accelerera sin försäljning, snabbt skala upp sin verksamhet, nå nya marknader och samtidigt skapa marknadsledande kundupplevelser online. Vi gör det genom att erbjuda en skalbar och molnbaserad e-handelsplattform som är byggd för tillväxt. Våra kunder som Lindex, Tingstad och Jollyroom omsätter över 20 miljarder kronor årligen online. Litium agerar tillsammans med sitt partnersätverk på den globala marknaden och är noterat på Nasdaq First North Growth Market. Amudova AB är bolagets Certified Adviser och kan nås på info@amudova.se eller +46 8 545 017 58. För

mer information besök gärna litium.se.