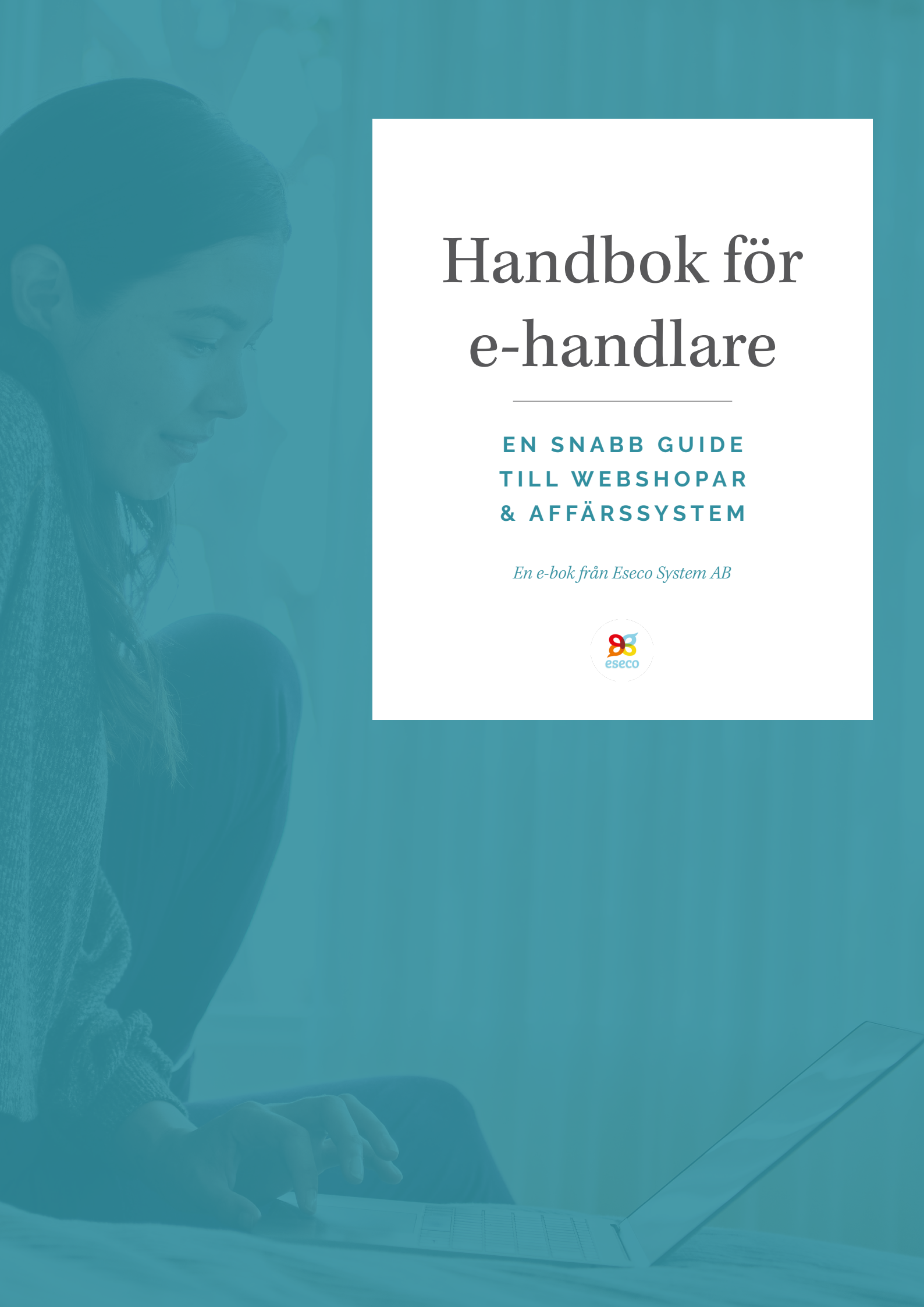


Handbok för e-handlare

EN SNABB GUIDE TILL WEBSHOPAR & AFFÄRSSYSTEM

En e-bok från Eseco System AB

2020 omsatte den svenska e-handeln 122 miljarder kronor.

Det är en blomstrande digital marknad som existerar idag, där utvecklingen ständigt rör sig framåt och i takt med samhället runt omkring.

Det är dock ett brett och tidvis snårigt fält, och det finns många faktorer att ha i åtanke om du själv vill ta dig ut och konkurrera på de digitala plattformarna. Men vilken ände ska man börja i? Och hur går man tillväga när man väl har en webshop och vill att kunderna ska handla från just ens egen butik?

Trevlig läsning!

Innehåll

E-handelns Historia 4

Starta e-handel: Var börjar man? 6

Varför behöver jag ett affärssystem? 9

E-handel, fysisk butik eller omnikanal 11

Optimera din Webshop 14

Betallösningar: Vilken väljer man? 16

Checklista för en lyckad e-handel 19

Eseco och Nemo 21

E-handelns historia

Från byteshandel till e-handel

Det går inte att sätta ett exakt årtal eller en exakt person som pionjär vad gäller e-handeln. Det är ett fenomen som utvecklats med samhället runt sig och kan spåras tillbaka till olika former av distanshandel under århundraden. Redan under medeltiden kan vi se spår av dagens distanshandel, när uppkomsten av Hansan ledde till en helt ny form av handelsmönster. Du var inte längre fast med de råvaror som fanns i närområdet, utan hade nu även möjlighet att köpa varor som fanns att tillgå i andra länder.

Marknaden har onekligen genomgått stora förändringar; från fysisk byteshandel, till att hela världens produktkatalog finns tillgänglig för beställning i varje persons bakficka. Internet som marknadsplats innebar en otrolig förändring för företags sätt att bedriva sin verksamhet. Bland annat att geografi och tid inte längre är en betydande faktor för handel. Oavsett plats eller tid på dygnet, går det idag att få tag på både vem och vad som helst.

Idag har vi svenskar en stor digital närvaro. Ser man till Internetstiftelsens rapport "Svenskarna och Internet" från 2019 visar den på att hela 91% av landets befolkning använder internet dagligen. Detta har definitivt gett utslag även på e-handeln, som år 2019 omsatte 309,9 miljarder kronor i Sverige, vilket är 16% mer än året innan. E-handeln är alltså ett ständigt växande fenomen där vi fortfarande kan vänta oss fler revolutionerande steg mot en ännu mer flexibel och effektiv handel, världen över.

1100-tal
Medeltiden bidrog till uppkomsten av Hansans handelsnät, vilket ledde till en ökad och mer utbredd byteshandel.

1500-tal
Kolonialiseringen breddade marknaden ytterligare, och nya handelsmönster tog fart.

1700-tal
Industriella revolutionen bidrog till massproduktion, frihandel och nya tekniska utvecklingar.

1800-tal
Distanshandel blir tillgängligt för privatpersoner, och post-orderföretag blir på tapeten.

1992
World Wide Web introduceras och internet är nu tillgängligt även för privatpersoner i allt större bemärkelse.

2020
Den svenska e-handeln omsätter 122 miljarder kronor.

1995
Amazon.com lanseras.

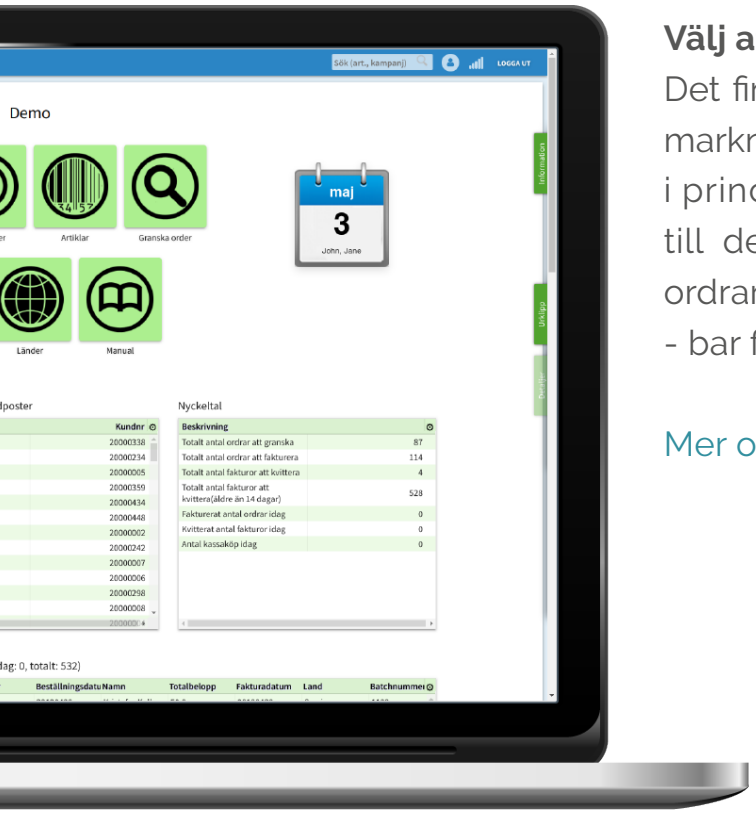
Starta e-handel

Du har alltså valt att starta en e-handel; registrerat ditt företag, satt upp en hemsida och satt dig ner för att påbörja din resa. Men var börjar man egentligen e-handelsresan?

Marknadsanalys

Innan du sätter igång med din e-handel är det bra att göra en grundlig marknads- och konkurrentanalys. Då får du en översikt över vad du ger dig in på, vilka andra som rör sig där och vad du kan förvänta dig för konkurrens.

Gör en lista på dina främsta konkurrenter, vad de säljer, deras priser, leveranssätt och andra relevanta faktorer som påverkar era gemensamma kunders beslut av vilken av er de ska välja. På så sätt vet du vad de erbjuder och hur du kan bemöta kunder på samma nivå eller ännu bättre.



vårt affärssystem nemo

Välj affärssystem

Det finns mängder med affärssystem ute på marknaden idag. Allt från enkla system som i princip bara strukturerar upp er back-end, till de affärssystem som kan ta hand om ordrar, fakturering, kunder och ta ut statistik - bar för att nämna en del.

Mer om affärssystem hittar du på s. 9.

Välj e-handelsplattform

En e-handel är inte så mycket utan en plattform - en webshop - ut mot kunden. Här finns det många vägar att gå beroende på vad man är ute efter. Det finns gratis varianter med färdig struktur och lösningar om du snabbt vill komma igång på ett enkelt sätt. Har du större volymer, dyrare produkter eller redan en etablerad kundportfölj, kan det dock krävas en mer avancerad lösning. Har man själv möjlighet och kunskap kan man använda en "open source", exempelvis Wordpress, som är gratis men som även kräver att man kan koda själv (eller ta in en konsult som kan koda åt en). Ett tredje alternativ är att bygga en webshop från grunden, vilket även det kräver kunskaper kring kodning. Allt handlar alltså om vad du har för e-handel, vad du har för behov och hur du vill växa.

Mer om webshopen kan du läsa om på s.14.

Välj logistik- och transportleverantör

Beroende på vad du har för sorts e-handel finns det olika lösningar som kan passa för just dig. Det finns vissa frågor du kan börja ställa dig själv innan du väljer leverantör; ska du bara skicka nationellt inom Sverige eller inter- nationellt; mest enskilda paket eller hela pallar med varor; är dina kunder främst företag eller privatpersoner?

41%

av e-handeln sker genom mobilen.

Därför är det viktigt att säkerställa att er webshop fungerar lika bra på mobilen som på en desktop. Se även till så att er hemsida är responsiv och att kunden även kan betala via mobilen.

Behöver jag verkligen ett affärssystem?

När Anna köper en produkt från ditt företag, har du säkert satt upp ett system för hur du ska få reda på exakt vilken produkt det är hon vill ha, hur hon ska få den levererad och hur du ska få betalt för den. Men vad händer när Anna, Christina, Erik, Ahmed, Per, Nour och flera andra lägger sina beställningar samtidigt? Och om alla bor i olika städer, eller kanske till och med olika länder? Hur gör ni om tre av dem sedan gör retur?

Det finns många faktorer som spelar in i ett företags logistik. Vi lever inte längre i den där eran av byteshandel med en linjär handelskedja, utan idag ser det betydligt mer komplext ut.

> **Data kommer sällan ensam, och är ofta ömsesidigt beroende av varandra.**

Ett affärssystem är alltså det bakomliggande ramverket som tar hand om all data, på ett automatiserat och strukturerat sätt. Det kan röra sig om de individuella ordrarna, kundernas uppgifter, alla artiklar, inkommande artiklar, ert lagersaldo, faktureringar, betalningar, returer och åter-betalningar. En hel del, helt enkelt. Det som kan vara lätt att glömma bort, är att många av dessa hänger ihop. Data kommer sällan ensam, och är ofta ömsesidigt beroende av varandra. Ett affärssystem består alltid av en databas, där all viktig information sparas, men även som verksamhetens administrativa kärna. Genom att kommunikationen med alla tredjeparter så som betalparners, externa lager, leverantörer, distributörer och eventuella martketplaces är integrerat i systemet, kan kritiska flöden automatiseras.

Kort och gott

“Varför behöver jag ett affärssystem?”

Ni kan bli mer effektiva!
Genom att koppla verksamheten till ett affärssystem, slipper ni att manuellt hantera varje enskilt mindre system. Istället kan all orderhantering, lagersaldo, leveranser och inköp hanteras från ett och samma ställe.

Kan det effektivisera kaffekokningen? Nej, tyvärr inte än. Men det kan effektivisera allt annat - så att ni kan ta längre kaffepauser!

Ni kan vara uppe bland molnen
Ett molnbaserat affärssystem ger dig åtkomst till verksamhetens alla delar, vart du än befinner dig i världen. Det innebär att du har tillgång till allt från kundinformation till lagerstatus när och var du än behöver det. Behöver du jobba hemifrån? Inga problem!

Ni behöver inte vara er egen support
Utan ett affärssystem är det upp till er att koppla samman kunden med distributören om något blir fel. Med ett affärssystem har ni kopplingen redan integrerad och informationen förs med automatik över mellan alla parter. Om ett problem ändå skulle uppstå har ni en partner att kontakta för att få råd och hjälp hela vägen.

Mer om vårt affärssystem Nemo kan du läsa om på s. 21

E-handel eller fysisk butik

Som e-handlare är det lätt att fastna i tanken att digital handel är på väg att slå ut fysisk handel. Bekvämligheten i att vi idag kan handla utan att sätta en fot utanför dörren har förändrat spelplanen för all handel. Men innebär det att fysiska butiker har spelat ut sin roll och att stadskärnor runt om i Sverige snart kommer eka tomma?

För många har lösningen varit att hitta en kombination av fysisk och digital handel; omnikanal. Detta innebär att man utöver den fysiska butiken även startar en e-handel. Alternativt att man som e-handlare satsar på lokal handel, något som vi ser allt mer av idag. Fördelen med omnikanal är att man kan få en större närvaro i konsumentens liv. Varumärket får en lokal anknytning samtidigt som man genom e-handeln kan erbjuda en annan typ av service. Man gör sig helt enkelt mer tillgänglig för nya och befintliga kunder.

Samtidigt innebär fler försäljningskanaler ofta större utmaningar när det kommer till logistik och lönsamhet. Därför fungerar konceptet med omnikanal många gånger bättre för större företag där det finns kompetens och resurser att satsa på flera försäljnings- kanaler samtidigt.

Vi måste sluta se på e-handel och fysisk handel som två konkurrerande fenomen. Det blir tydligt när "Svensk Handel listar" de tre bästa fördelarna med handel online och i fysisk butik:

Topp 3 fördelar med e-handel

- Lägre priser
- Smidigare
- Bättre utbud

Topp 3 fördelar med fysisk butik

- Möjlighet att se och känna på produkterna
- Kan ta med varorna direkt
- Butiken inspirerar

Självklart beror det också på er målgrupp. Bland de unga (ålder 18-25) föredrar 55% att handla på nätet, jämfört med bara 20% av de som är över 65% (enligt Svensk Handels rapport "Den fysiska handelsplatsen i en digital värld", 2019).

Trots att fördelarna skiljer sig åt beroende på försäljnings- kanal är det tydligt att både e-handeln och fysiska butiker medför ett värde för kunden. E-handeln kan med andra ord inte ersätta fysiska butiker eller vice versa. De har däremot mycket att lära av varandra.

30%

av konsumenterna handlar på nätet för att det sparar tid.

Tänk därför på att göra det så lätt och snabbt för dina kunder som möjligt!
Ju längre tid det tar i kassan, ju större risk är det att kunden lämnar varukorgen utan att göra ett köp.

Webshopen

Ditt digitala skyltfönster

Det som de flesta tänker på när de hör e-handel är själva webshopen. Det är där artiklarna står på display och kunden kan välja och vraka mellan vad som åker ner i varukorgen och inte.

Tänk dig att du går på stan, längst en gata kantad av butiker. I varje skyltfönster lockas du med erbjudanden som "SUPER SALE" eller "Upp till 70% rabatt!" och skyltdockor med det senaste modet. Samma sak gäller på internet. Den digitala infrastrukturen är kantad med webshopar, som alla försöker fånga potentiella kunders uppmärksamhet. Det är annonser, sponsrade inlägg och samarbeten här och var, som alla leder till ett företags hemsida.

Skillnaden mellan den där gatan och nätet är att kunden fysiskt kan befinna sig var som helst i världen. Dessutom har webshopen inga öppettider, utan är tillgänglig för kunden dygnet runt. Ta tillvara på det!

se nästa sida för 4 konkreta tips!

Den digitala infrastrukturen är kantad med webshopar, som alla försöker fånga potentiella kunders uppmärksamhet.

4 tips för en bra webshop

• **Håll bildernas upplösning till max 72 ppi.** På så vis undviker ni att laddningstiden blir för lång - långsamma hemsidor skrämmer bort otåliga kunder!

• **Gör webshopen responsiv för mobiler och surfplattor.** 41% av svenskarna använder mobilen för att göra e-handelsköp; så se till att de kan göra det även på er hemsida!

• **Se över kundens fotspår.** Följ besökarnas beteende på webshopen - vilka produkter som är mest besökta, hur länge besökaren stannar kvar och hur de rör sig mellan produkterna och sidorna.

• **Håll webshopen uppdaterad.** Det handlar inte bara om att inaktivera produkter som är slut i lager (vilket dock är ytterligare ett tips), utan vikten av att hålla din webshop levande. Ändra vilka produkter som frontas på förstasidan eller anpassa layouten på andra sätt för att hålla hemsidan i konstant rörelse.

Betallösningar

Vilken väljer man?

Ska du bedriva en e-handel utgår vi från att du vill ta betalt för det du säljer. Idag finns mängder av sätt att betala på, och för den som tar betalt kan det vara tufft att ta sig genom djungeln av alla olika betallösningar där ute.

Vi har här sammanställt de mest användbara betalsätten, det vill säga de som både kunderna och företagen föredrar att använda sig av. Vad som är värt att nämna är att vissa betalsätt skiljer sig markant när det gäller försäljning över landsgränserna, medan andra fungerar likadant. Så var noga med att kolla upp var era kunder befinner sig, och hur du kan ta betalt från dem på bästa sätt.

Kortbetalning

År 2019 var kortbetalning inte bara den vanligaste, utan även flest kunders föredragna betalsätt på internet. Den stora fördelen med kort- betalning är att det fungerar oavsett vilket land kunden eller företaget befinner sig i.

Kortbetalning är helt enkelt en populär, smidig och effektiv betallösning som fungerar för de flesta - e-handel som fysisk butik.

Faktura

25% av kunderna föredrar att betala sina köp på nätet med faktura. Det som väger tungt för fakturabetalningen är faktumet att det upplevs som en säker betallösning; Kunden kan i lugn och ro se över fakturan, få hem sitt köp och betala utan att skriva ut sina kortuppgifter på internet.

Och förresten! Glöm inte att det idag är populärt med **e-faktura**, och att skaffa en fakturalösning som godkänner e-fakturor sparar både tid och papper för er och kunderna.

Internetbank

Direktbetalning via sin egen internetbank var betydligt mycket vanligare för några år sedan, men föredras fortfarande av 15% av kunderna. Fördelen med direktbetalning är är framförallt tryggheten, då inga konto- eller kort-uppgifter behöver ges ut, och det fortsätter därför vara ett populärt betalsätt på nätet.

Det är dock inte lika smidigt och tidseffektivt som många andra betal-lösningar idag då det kräver inloggning på en tredje part.

Swish

Swish finns idag som betalmetod hos många webshopar och uppskattas av många användare! 12 procent, för att vara exakt, föredrar just Swish som betalsätt. Fördelarna med swish är att det går snabbt, är smidigt och fungerar framförallt bra vid köp i mobilen!

Är er målgrupp unga och ofta gör mindre köp? Då kan swish vara en perfekt lösning för er!

50%

av konsumenterna känner sig osäkra eller otrygga med att betala på nätet.

Hur skapar ni en trygg e-handel för era kunder? Var noga med att poängtera säkra betalnings-alternativ och leveranser, samt se till att fånga upp de alternativ som just era kunder föredrar.

5 snabba tips
till en lyckad e-handel

Det finns alltså många faktorer att hålla reda på vad gäller e-handel; inte minst allt bakomliggande som man inte alltid tänker på. För dig som funderar på att starta upp en e-handel, eller du som redan har en webshop men vill optimera din verksamhet, har vi sammanställt en checklista.

Låt ett affärssystem dra det tyngsta lasset

Genom att investera i ett affärssystem kan ni fokusera på andra aspekter av er verksamhet.

Gör en grundlig förstudie på partners

Innan du bestämmer dig för ett affärssystem, marknadsplats, distributör eller annan extern partner; analysera dina behov och skriv en tydlig krav-specifikation till minst 3 olika leverantörer. Det är viktigt att ni får feedback och olika infallsvinklar från fler än en! Se även till att få en demo och gör en förstudie ihop med den som tycks passa bäst för just er!

Automatisera de kritiska flödena

Att automatisera processer gör er mer effektiva och lönsamma. Några av de viktigaste flödena är order ut, betalning in och retur med återbetalning. Att även ha koll på kundens resa från första kontakt till dess att varan är levererad är viktigt för att kunna se var det finns möjlighet till förbättring.

Anpassa e-handelslösningen till er verksamhet

Det finns ingen tydlig universallösning som fungerar på alla verksamheter vad gäller e-handelslösningar, men ofta finns det en best practice att luta sig på. Ta tillvara på era styrkor - och svagheter - när ni ska bestämma en e-handelslösning som passar just er.

Sätt konkreta mål och följ upp

Genom att använda sig av tydliga målsättningar vet ni vad ni strävar mot och tappar inte fokus från era ambitioner. Det är även ett effektivt sätt att se resultat konkret framför er!

42%

gjorde sin research på internet inför sitt köp i fysisk butik.

Lär dig dina kunders konsumtionsmönster!

År 2019 var det 10% som gjorde research i fysisk butik inför ett köp på internet, och hela 42% som gjorde research på nätet inför sitt fysiska inköp. Hur gör just dina kunder?

Om Eseco

...och affärssystemet Nemo

Eseco är ett av landets främsta leverantörer av e-handel. Vårt största fokus ligger på att hitta en lösning som passar just er verksamhet bäst, där ni kan växa och utvecklas. Vårt affärssystem Nemo agerar därför motor bakom din webshop och tar hand om e-handelns hela ekosystem.

Nemo är ett automatiserat och webbaserat affärssystem.

skalbart
så att du inte ska kunna växa ur affärssystemet bara för att du ökar i omsättning.

effektiviserar
vilket frigör tid för resten av din verksamhet.

100% molnbaserat
vilket gör att ni kan arbeta varifrån som helst, när på dygnet ni vill.

Vill du veta mer om Nemo?
Se nästa sida!

Såhär fungerar Nemo

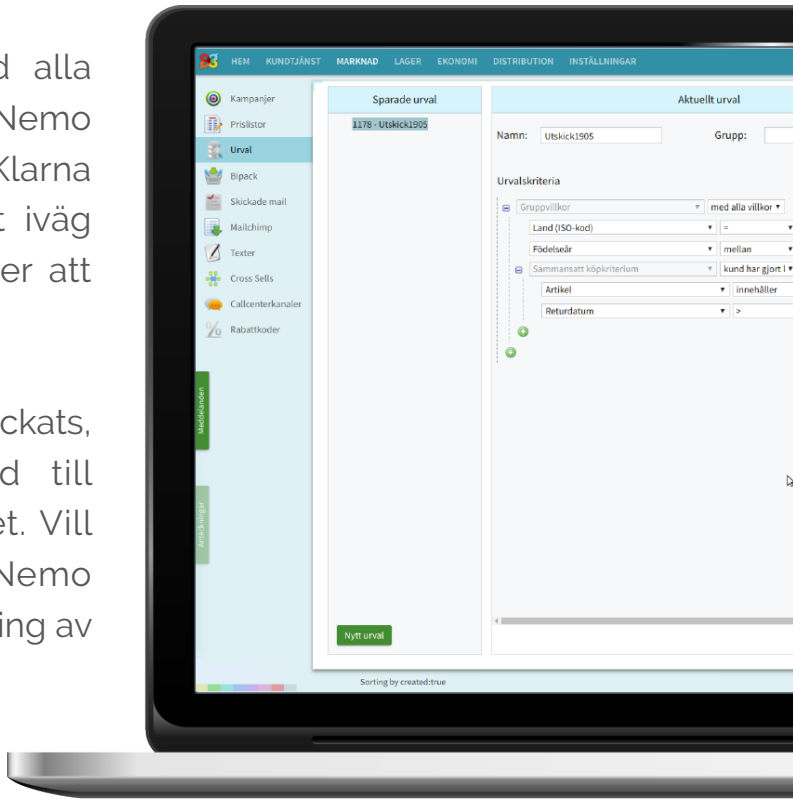
1. Kunden är inne och tittar på er webshop. Redan här anropar webshopen Nemo för att synka ert lagersaldo, text, bild och priser - för att inte någon ska lägga en order på något som ni inte har i lager och att era aktuella rabatter ska vara uppdaterade.

2. Kunden lägger en vara i kundkorgen, och gör sig redo för att betala. Alla de betalalternativ som finns i webshopen har Nemo också direkt koppling till för att slutföra köpet.

3. Ordern hämtas ner till Nemo där process för plock och pack påbörjas. Här hanterar man tio, hundra eller flera tusen order i taget, får ut plocklistor, följesedlar, fraktetiketter för att kunna avsluta sin packning och lägga i bur till transportör.

4. Nemo pratar automatiskt med alla dina partners, utan mellanhänder. Nemo kan då direkt säga åt exempelvis Klarna att aktivera fakturan när ni skickat iväg ordern, eller er dropshipping-partner att packa rätt vara till rätt kund.

5. När ordern ha plockats och packats, skickas även ett leveransbesked till kund med kollispårning för paketet. Vill kunden sedan göra en retur sköter Nemo allt med återbetalning och korrigering av saldo.



Kontakta oss idag för en gratis demo!

ESECO SYSTEM AB
Jörgen Kocksgatan 4, 21120 Malmö
www.eseco.se