Q2 **E-barometern**

9 %

E-handelsutvecklingen ökade med 9 procent andra kvartalet 2025 jämfört med motsvarande period föregående år. Apotekshandeln fortsätter att utvecklas starkt med en tillväxt på 17 procent, drivet av höga krav på pris, tillgänglighet och snabba leveranser. Men, för första gången på fyra år är inte Apotek den bransch som växer snabbast. Möbler och heminredning ökade med hela 20 procent tack vare breddat sortiment och ökad efterfrågan på möbelkategorin.

Tydlig checkout viktigt för ovana

Tydlighet, snabbhet och valmöjlighet är de tre viktigaste aspekterna för att konsumenter ska uppleva checkout som smidig och användarvänlig. Vana e-handelskonsumenter uppskattar i högre grad än ovana stora valmöjligheter i checkout. Ovana e-handelskonsumenter prioriterar tydlighet ännu mer än vad de vana gör, eftersom mindre erfarenhet av e-handel ofta innebär större osäkerhet när det gäller kostnader och leverans.

Konsumenternas topp 3 vid betalning

1. Känna igen aktörerna
2. Inte behöva registrera sig/bli medlem
3. Kunna välja mellan flera olika alternativ

Betalpreferenser varierar mellan situationer

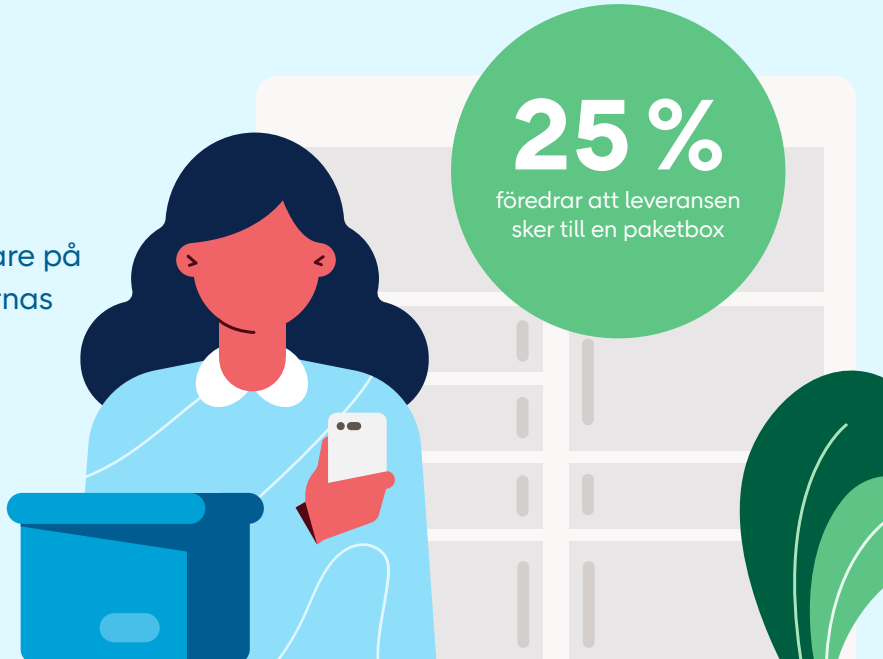
Typen av köp påverkar konsumenters betalvanor. ”Köp nu, betala senare” är särskilt populärt för kläder och skor, medan Swish ofta används för snabba köp av skönhetsprodukter. Men utbudet bland betalningsalternativen möter inte alltid efterfrågan. ”Köp nu, betala senare” efterfrågas mer än det används, medan konto- och kreditkort används mer än det föredras.

”Det handlar om att erbjuda rätt betalalternativ i rätt kanal för rätt målgrupp – och samtidigt skapa en sömlös kundresa som stärker både lojalitet och varumärke.”

Marcus Bodell, Commercial Country Lead på Avarda, om hur efterfrågan på betallösningar förändras.

Efterfrågan på bekväma leveranssätt ökar

På mindre orter föredras hemleverans till postlåda, medan paketboxar är populärare på medelstora och större orter. Konsumenternas olika behov gör att e-handlare måste erbjuda flera leveransalternativ. Paketboxarnas snabba utveckling visar hur snabbt förväntningarna förändras och ställer höga krav på transportörerna.



Nästan 8 av 10 följde sin senaste leverans

Det vanligaste sättet att följa leveransen är via leveransapp, följt av e-postuppdateringar. Många vill dock helst använda leveransappen eller sms, eftersom informationen då är direkt tillgänglig i mobilen och lätt att hitta i efterhand.

”Tidigare sågs returer mest som en kostsam utmaning, men nu växer insikten om att byten kan vara en outnyttjad affärskanal som både behåller affären och skapar merförsäljning”

Julia Söderqvist, grundare och CEO Returbo, om hur efterfrågan på returlösningar förändrats under senaste året.

Osmidiga byten ger sämre konvertering

Närmare hälften av e-handelskonsumenterna har behövt lägga en helt ny beställning när de velat byta en vara – vilket skapar barriärer och leder till avbrutna köp. Genom att förenkla bytesprocessen kan e-handeln erbjuda en mer sömlös kundresa och öka både konvertering och kundnöjdhet.

Så skiljer sig beteendet mellan vana och ovana e-handelskonsumenter

Vana

20 % Har returnerat en vara den senaste månaden

33 % Vanligaste betalningssättet: Köp nu, betala senare

Ovana

6 % Har returnerat en vara den senaste månaden

34 % Vanligaste betalningssättet: Konto- eller kreditkort

Marknadsföringens 4 vägar till framgång

Håkan Löfgren, Industry Manager Retail på Google Sverige, beskriver vilka fyra nyckelbeteenden som marknadsförare behöver ha koll på för att nå framgång hos konsumenterna. De fyra S:en.

1

Streaming

”Konsumenter är ständigt uppkopplade via poddar, livesändningar och videoplattformar. Det gäller att bli en del av det som konsumenterna väljer. Streaming ger dessutom interaktiva möjligheter som linjär-tv saknar.”

2

Scrolling

”Scrollande fungerar som modern fönstershopping och är viktigt för inspiration och produktupptäckt. Varumärken behöver därför visuellt tilltalande innehåll och korta, engagerande filmer.”

3

Searching

”Sökningar sker numera via AI, röst och bilder. Varumärken måste optimera sin synlighet för nya format och plattformar. Med AI kan konsumentintention fångas och matchas med relevanta budskap.”

4

Shopping

”Köpet kan ske var som helst – från Youtube till chattlänkar – utan att besöka en traditionell e-handelsplats. Smidiga, betalningar, oberoende av plattform, är avgörande för att omvandla intresse till försäljning.”

postnord