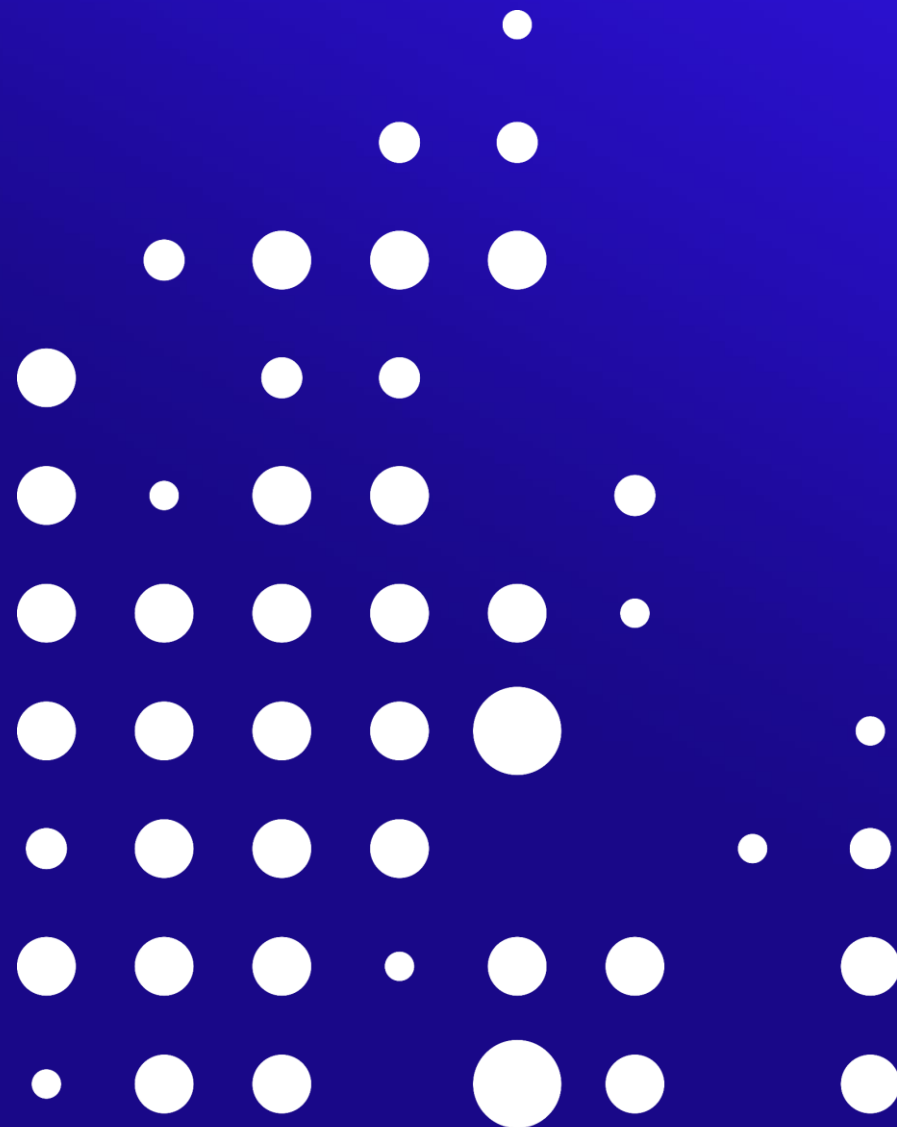

Dansk Erhvervs E-handelsbarometer 2. kvartal 2021

Extra: Teknologistack, buy-now-pay-later, salgskanaler

E-handelsbarometeret er en mindre analyse, hvor vi hurtigt, men ikke dybdegående, måler temperaturen på nethandlen.



Status 2. kvartal

E-handelsbarometeret viser, at 49% af netbutikkerne i analysen *samlet* har haft fremgang i 2. kvartal 2021 mod 72% efter 2. kvartal 2020.

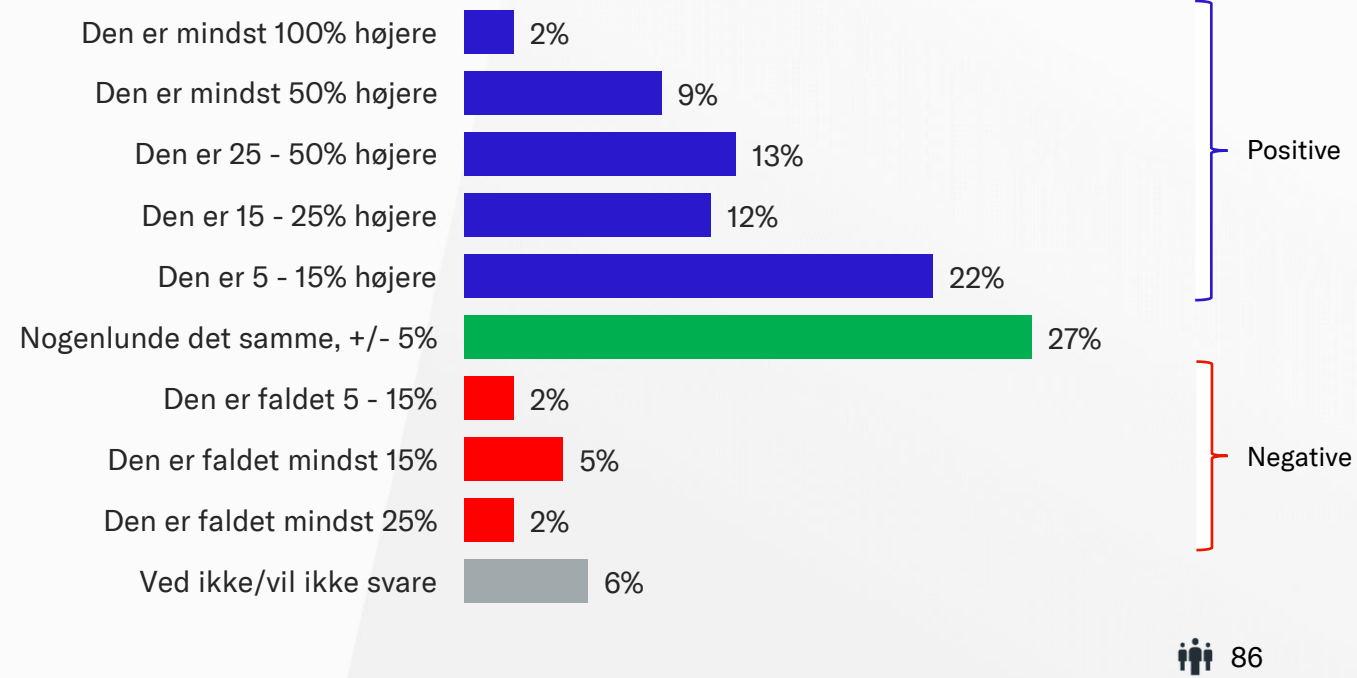
58% har haft positiv udvikling, mens 9% har haft en negativ udvikling ift. samme kvartal sidste år. 27% oplever status quo på omsætning ift. i Q2 2020.

11% har *mindst* haft en vækst på 50% mens 25% oplever en nemmere håndterbar vækst mellem 15 og 50%.

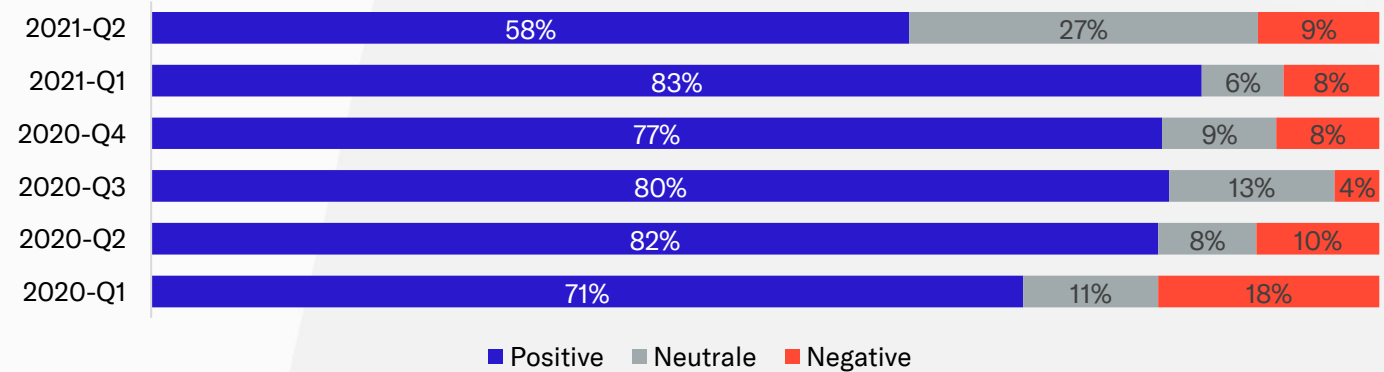
I den triste ende af skalaen har 9% oplevet en negativ udvikling – og 7% har oplevet et fald på mindst 15%.

Væksten når altså ikke de seneste 4 kvartalers højder, men man skal holde in mente at Q2 2020 også var usædvanligt stærkt qua pandemiens løft af e-handel.

Hvordan har din e-handelsomsætning udviklet sig i 2. kvartal 2021 ift. samme periode sidste år?



Udvikling ift. samme kvartal sidste år



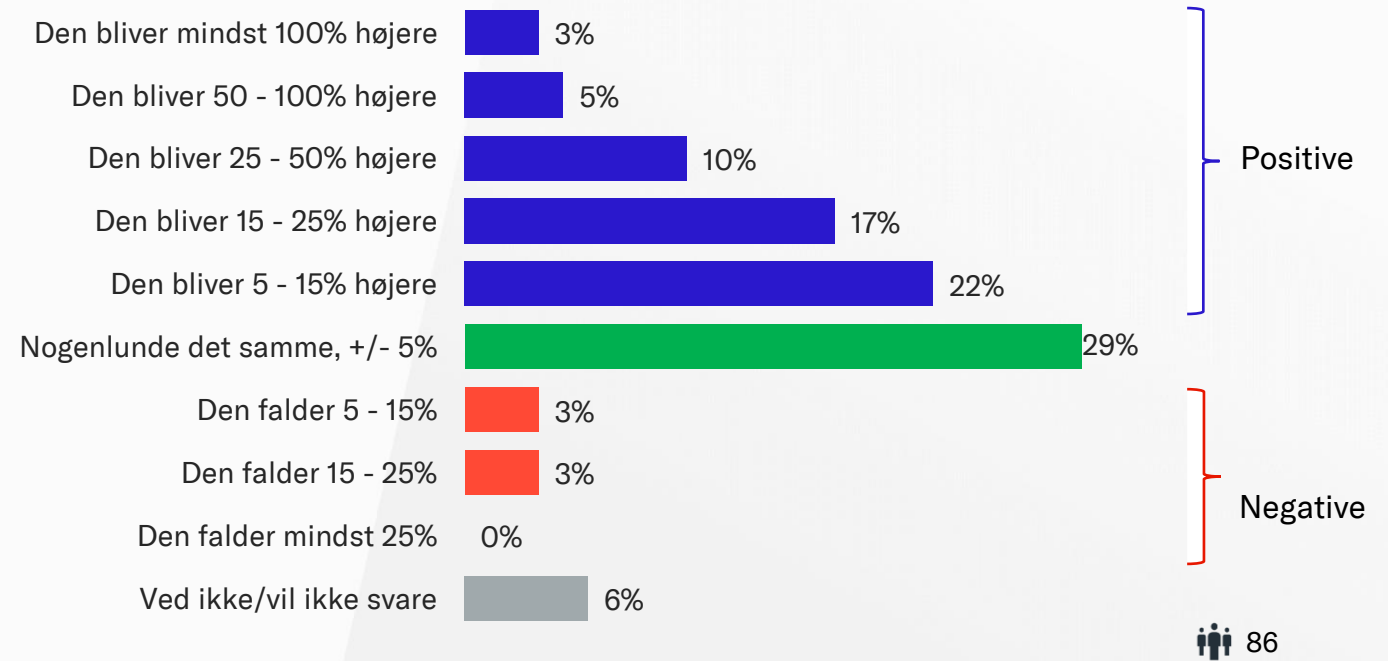
Forventninger til 3. kvartal 2021

E-handelsbarometeret er klart positivt, når netbutikkerne ser frem mod tredje kvartal i 2021. 58% har positive forventninger og andelen, der forventer en negativ udvikling, er faldet fra 13% til 7% i målingen ift. kvartalet før. Netto er 51% i analysen således optimistiske, mod 53% efter Q1 og 68% efter Q2 i 2020.

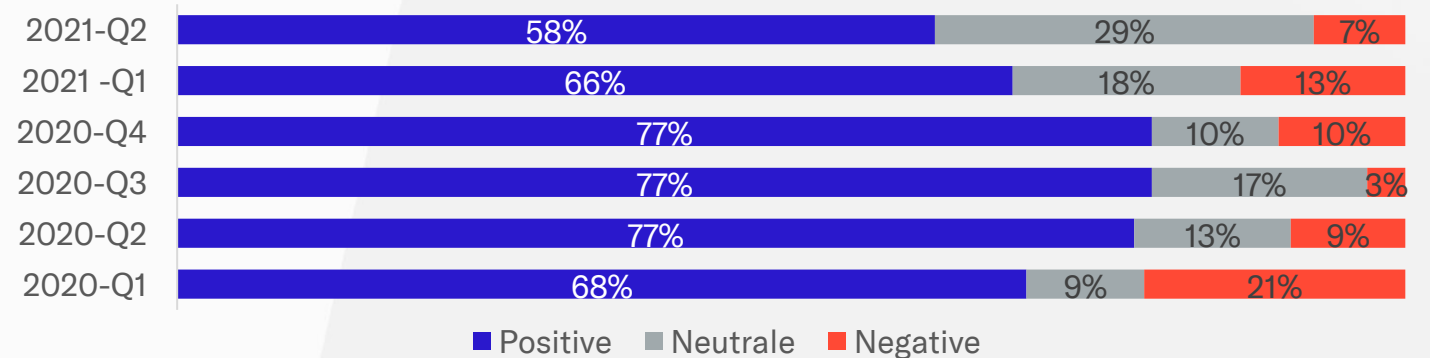
8% af netbutikkerne i målingen forventer en vækst i omsætningen på mindst 50% ift. samme kvartal sidste år. Væksten er dermed generelt gået lidt ned i tempo, men forventningerne er fortsat klart positive.

7% forventer at tabe omsætning i 3. kvartal 2021. Niveauet er omkring det samme som før Corona og måske et udtryk for en normalisering af e-handlen og væksten fremover.

Hvordan forventer du, at jeres e-handelsomsætning udvikler sig i tredje kvartal 2021 ift. samme periode sidste år?



Forventning til det efterfølgende kvartal (ift. samme periode sidste år)



Buy Now Pay Later

I hvilken udstrækning tilbyder netbutikkerne delbetaling? Og anvender forbrugerne det?

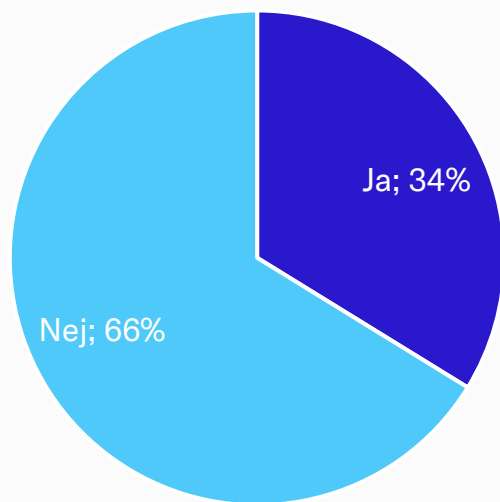
DANSK
ERHVERV



Betalingsmulighed: Buy Now Pay Later

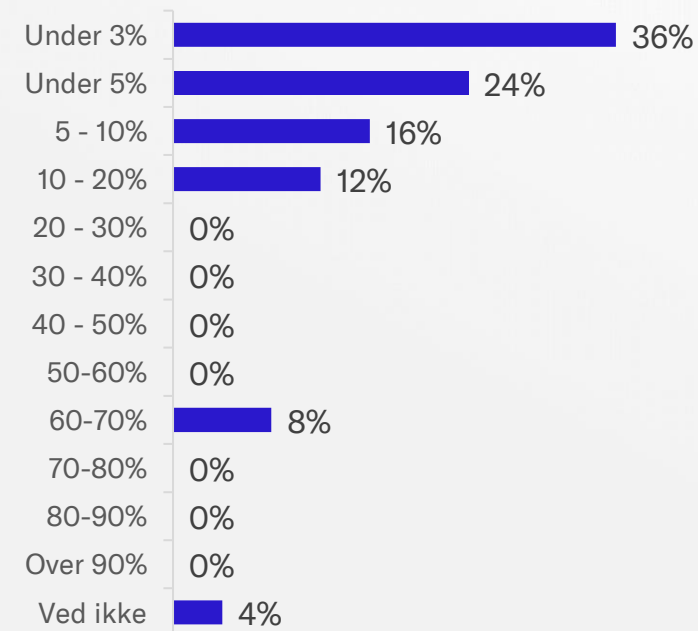
Fokusspørgsmålene bekræfter e-handelsanalysens resultater: Forbrugerne efterspørger og anvender kun delbetalinger i begrænset omfang – samlet 0,6% af forbrugernes online handler i første halvår 2021 var således med del-/afbetaling.

Har forbrugerne mulighed for at betale med en buy-now-pay-later løsning i jeres netbutik (fx. via Klarna eller Viabill).



👤 63 (salg til forbrugere)

Hvor stor en andel af forbrugernes køb betales med buy-now-pay-later?



👤 25 (Har BNPL løsning)

Klar til Black Friday og julesalg?

DANSK
ERHVERV



Forsyningskæden frem mod jul

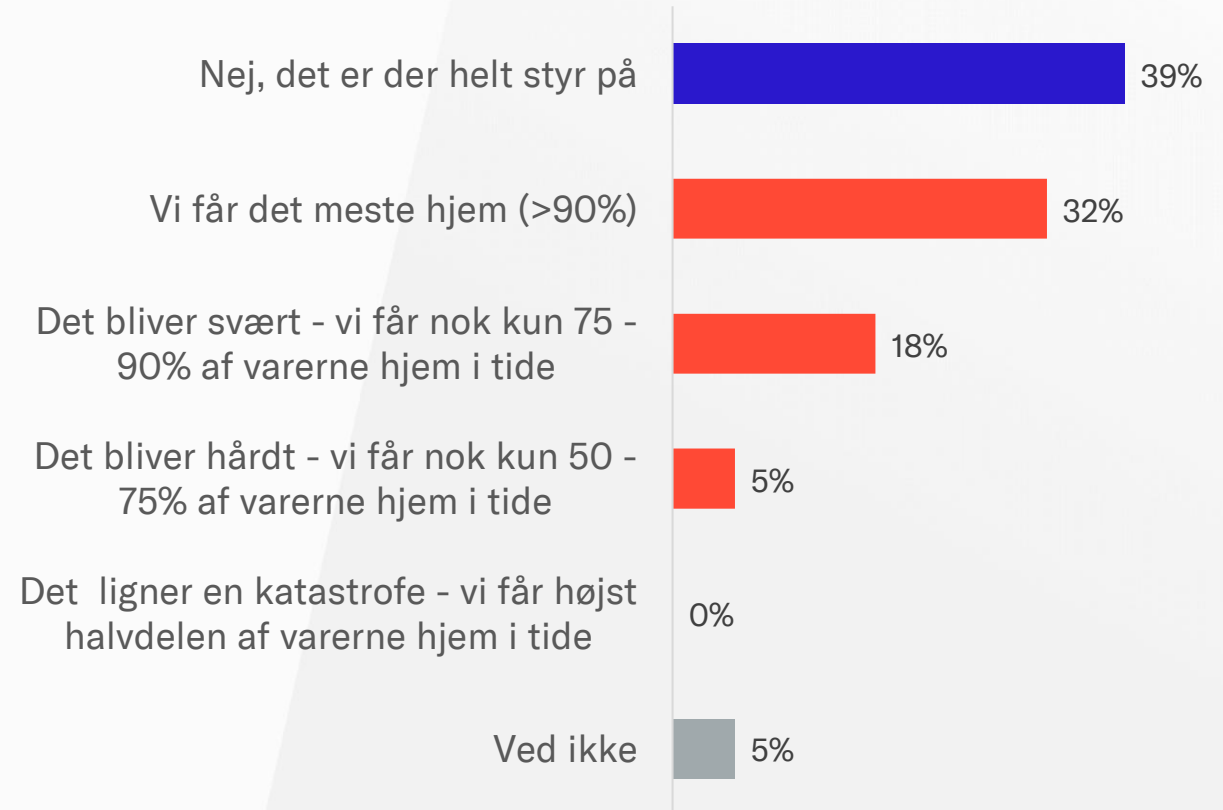
Corona pandemien og de medfølgende nedlukninger af havne og produktion har påvirket langt de fleste produktions- og handelsvirksomheder.

Desværre har det vist sig ikke kun at være et kortvarigt fænomen – som heller ikke forsvinder i 2021.

39% af netbutikkerne i analysen, med salg til forbrugere, har styr på logistik og forsyning ift. af få varer hjem til Black Friday og julesalg. Yderligere 32% håber de får det meste hjem, mens 23% går et hårdt fjerde kvartal i møde, hvor der vil være mærkbare huller i sortimentet.

I sidste ende må forbrugerne forvente at rabatterne bliver mindre efterhånden som varelagrene tynder ud.

Er I bekymrede for, om I når at få varer hjem til Black Friday og julesalg?



74 (har salg til forbrugere)

Nedslag på salgs- og marketingkanaler

DANSK
ERHVERV



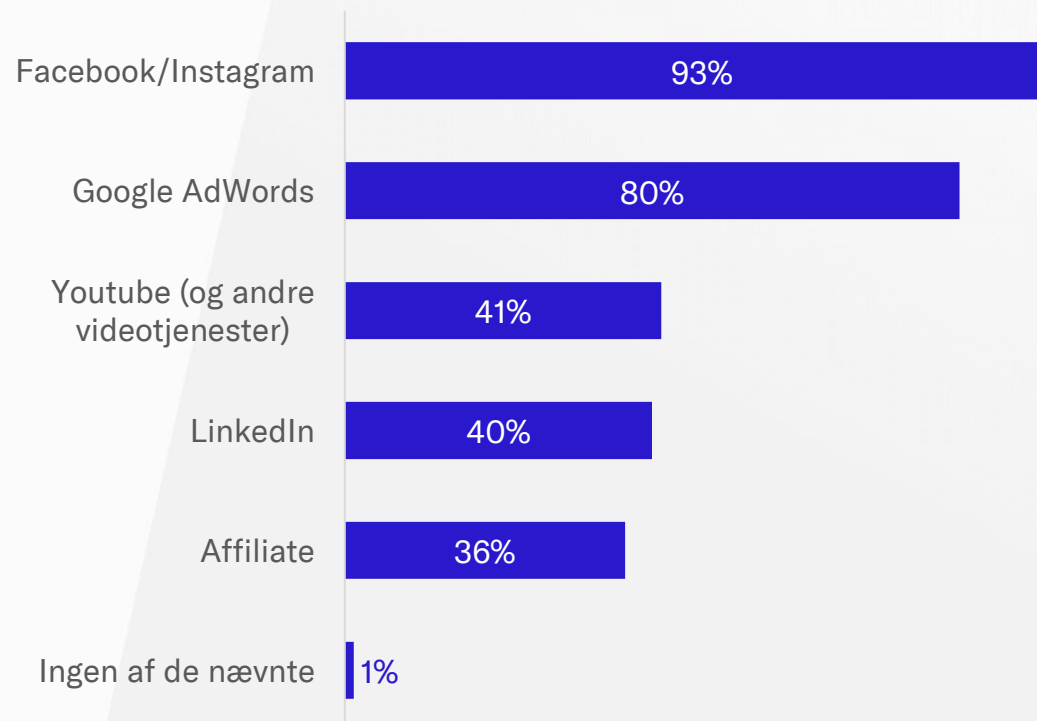
Anvendte salgs- og marketingkanaler

Netbutikkerne i analysen anvender i snit knap 3 af de 5 nævnte salgs- og marketingkanaler.

Mest anvendt er Facebook/Instagram (93%), mens Google AdWords følger tæt efter med 80%. Youtube og lignende videotjenester anvendes af 41% og niveauet for LinkedIn er det samme.

Mest interessant er det måske, at 36% anvender affiliate. Der er en tendens til, at det i højere grad er tilfældet for netbutikker med forbrugere som målgruppe, men affiliate anvendes også af de rene B2B netbutikker.

Hvilke af følgende salgs- og marketingkanaler anvender I?



Tech stack

E-commerce shop system
Marketing automation
Customer Data Platform (CDP)

DANSK
ERHVERV

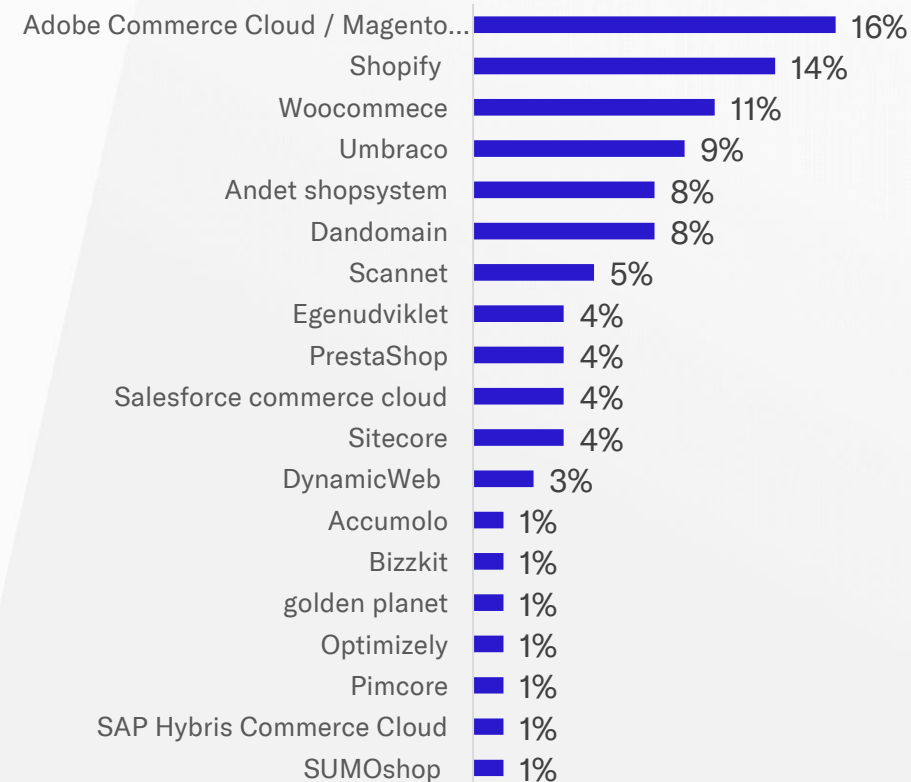


Tech Stack: E-commerce Shop

På spørgsmålet om hvilket e-commerce shop system, der anvendes, svarer virksomhederne med en lang række af forskellige systemer og listen er bestemt ikke udtømmende. Mens analysen indikerer, at der er en lang række gode systemer, så medfører det også, at valget af det "rigtige" system er kompliceret.

Listen er som nævnt ikke udtømmende og de relative andele skal ikke ses som udtryk for hvilke markedsandele de respektive udbydere har i den danske e-handel.

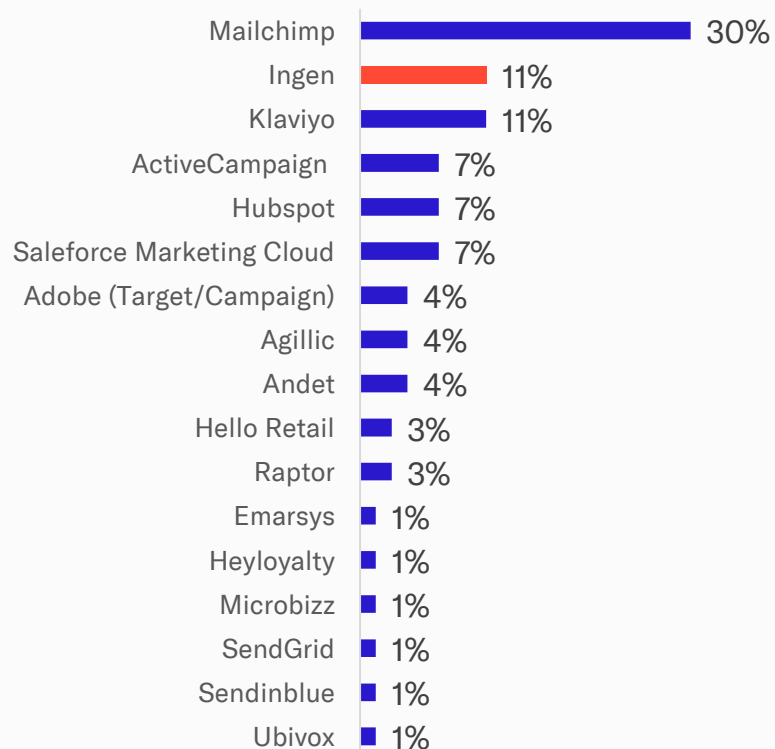
Anvendt E-commerce shop system



Tech stack: Marketing Automation & CDP

Listerne er ikke udtømmende og de relative andele skal ikke ses som udtryk for hvilke markedsandele de respektive udbydere har i den danske e-handel. CDP er mindre anvendt end de øvrige løsninger.

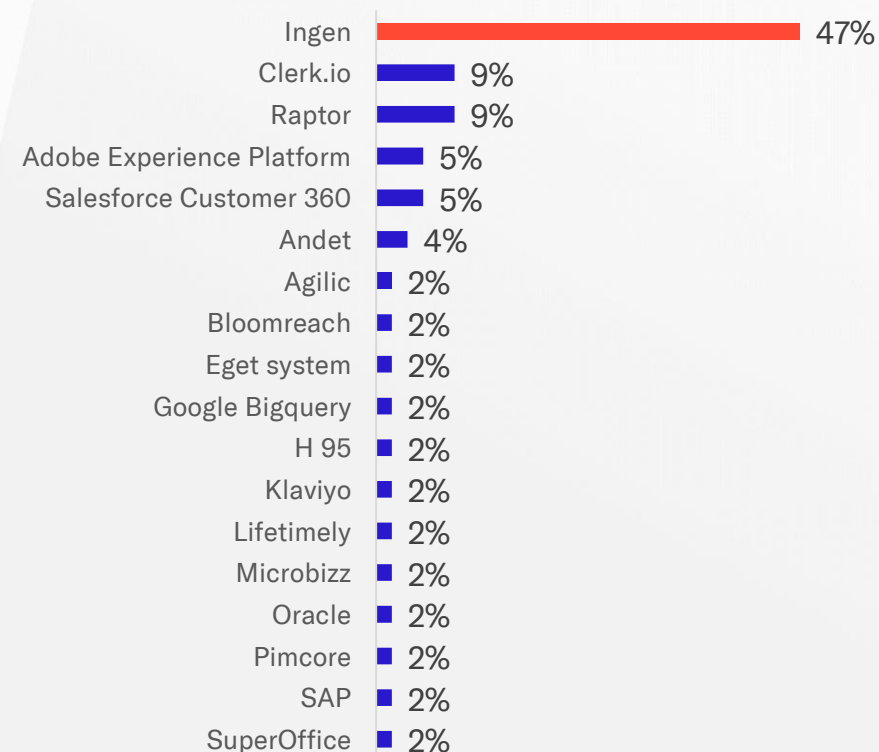
Anvendt system til marketing automation



71

👤 Hvilket system til marketing automation anvender I?
Excl. ved ikke.

Hvilken Customer Data Platform (CDP) anvender I?



57

👤 Hvilken Customer Data Platform (CDP) anvender I?
Excl. ved ikke.

Baggrundsinfo & kryds

DANSK
ERHVERV



Udvikling i 1. kvartal 2021 ift. 2020: De små virksomheder oplever de laveste vækstrater. Begrænset forskel ift. Omnichannel vs. Pureplayer og B2B vs B2C.

Med stikprøvens størrelse in mente skal dette udelukkende ses som indikationer.

	Faldet mindst 5%	Nogenlunde det samme, +/- 5%	5 - 25% højere	Mindst 25% højere	Ved ikke/vil ikke svare	Antal
Total	9%	27%	34%	24%	6%	86
B2B/B2G	3%	34%	42%	16%	5%	38
B2C	9%	23%	35%	27%	5%	74
Omnichannel	5%	28%	34%	25%	8%	61
Pureplayer	20%	24%	32%	24%	0%	25
Små	13%	34%	29%	24%	0%	38
Mellem	6%	12%	47%	29%	6%	17
Store	9%	14%	36%	32%	9%	22

*Hvordan har jeres e-handelsomsætning udviklet sig i ANDET kvartal 2021 ift. samme periode sidste år?
Svarkategorier med få svar er slået sammen.*

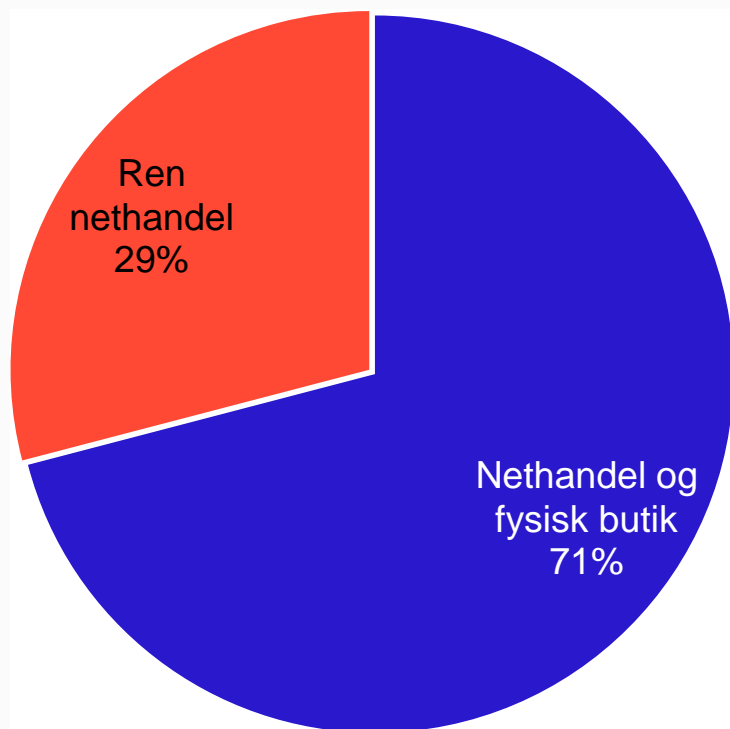
Forventninger til 3. kvartal 2021 ift. 2020: Laveste forventninger hos de små netbutikker og virksomheder med B2B/B2G som målgruppe.

Med stikprøvens størrelse in mente skal dette udelukkende ses som indikationer.

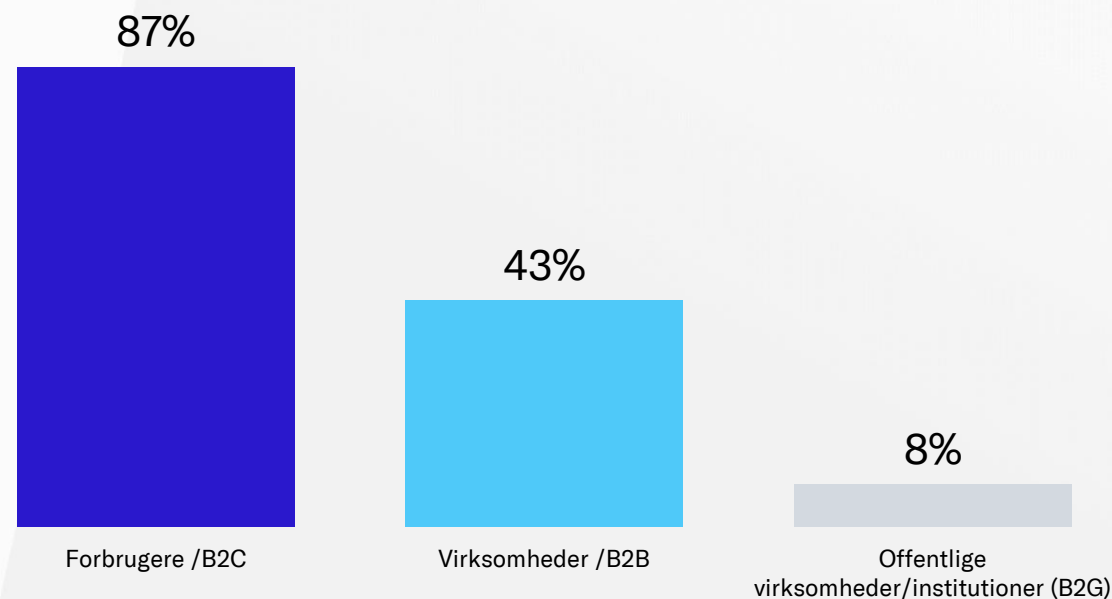
	Falder mindst 5%	Nogenlunde det samme, +/- 5%	Bliver 5 - 15% højere	Bliver 15 - 25% højere	Bliver mindst 25% højere	Ved ikke/vil ikke svare	Antal svar
Total	7%	29%	22%	17%	19%	6%	86
B2B/B2G	8%	37%	21%	16%	13%	5%	38
B2C	7%	23%	26%	19%	20%	5%	74
Omnichannel	7%	26%	21%	18%	20%	8%	61
Pureplayer	8%	36%	24%	16%	16%	0%	25
Små	13%	34%	18%	16%	18%	0%	38
Mellem	0%	24%	18%	24%	29%	6%	17
Store	0%	27%	27%	18%	18%	9%	22

Baggrundsinfo – afsætningskanal og målgruppe

Afsætningskanal: Hvad beskriver bedst din virksomhed?

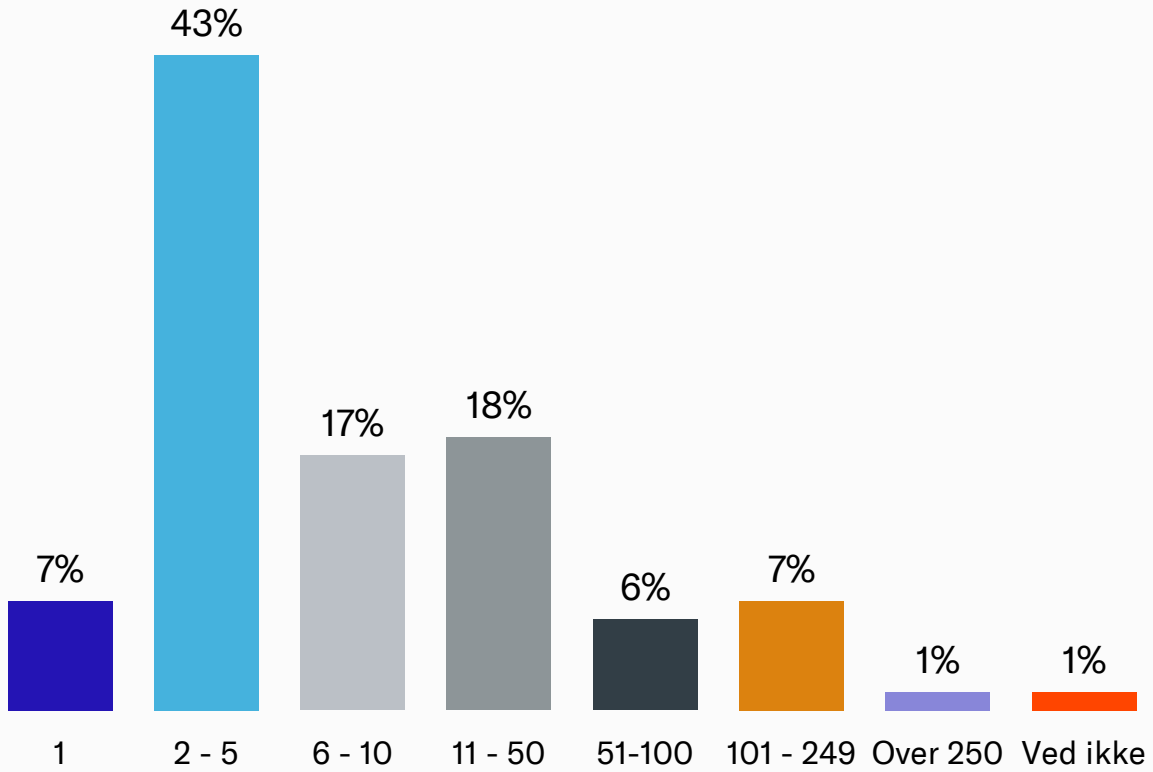


Hvilken målgruppe henvender din virksomhed sig primært til? Max 2 svar

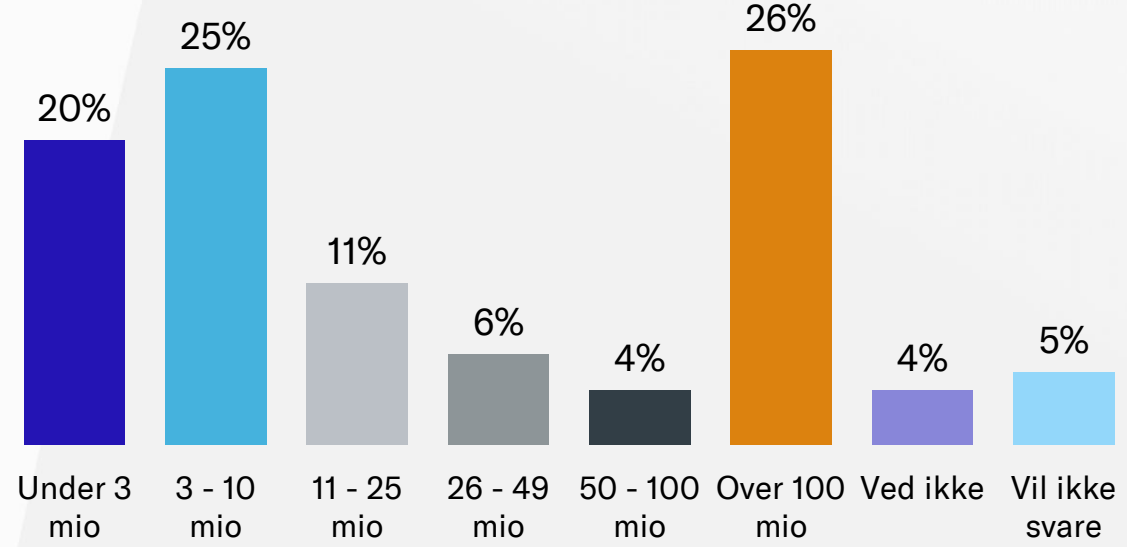


Virksomhedsstørrelse – e-handelsansatte og omsætning

Ansatte der arbejder med/deltager i virksomhedens e-handel



Hvor stor er virksomhedens årlige e-handels omsætning ca? (inkl moms)



Om undersøgelsen

Formål: En ”temperaturmåling” på e-handlen – hvordan er sidste kvartal lukket og hvad er forventningerne?

Vi stiller ikke en dyb diagnose, men måler hvordan netbutikkerne/digital handel har det overordnet. Undersøgelsen bygger derfor på få spørgsmål for at sikre, at den er nem og hurtig at besvare som e-handler.

Målgruppen er virksomheder med e-handel (B2B & B2C). >90% af svarene er fra medlemmer af Dansk Erhverv.

86 i målgruppen (netto) har deltaget i kvartalets undersøgelse, mindst 65% i ledelsesfunktion.

Bruttostikprøven var på 1.192 og der er udsendt én rykker.

Data er indsamlet 2/9 – 10/9 2021

Antal svar i delmålgrupper					
Mindre (<11 mio E-kr.)	38	B2B/G	38	Omnichannel	61
Mellem (11-100 mio E-kr)	17	B2C	74	Pureplayer	25
Store (>100 mio E-Kr.)	22				