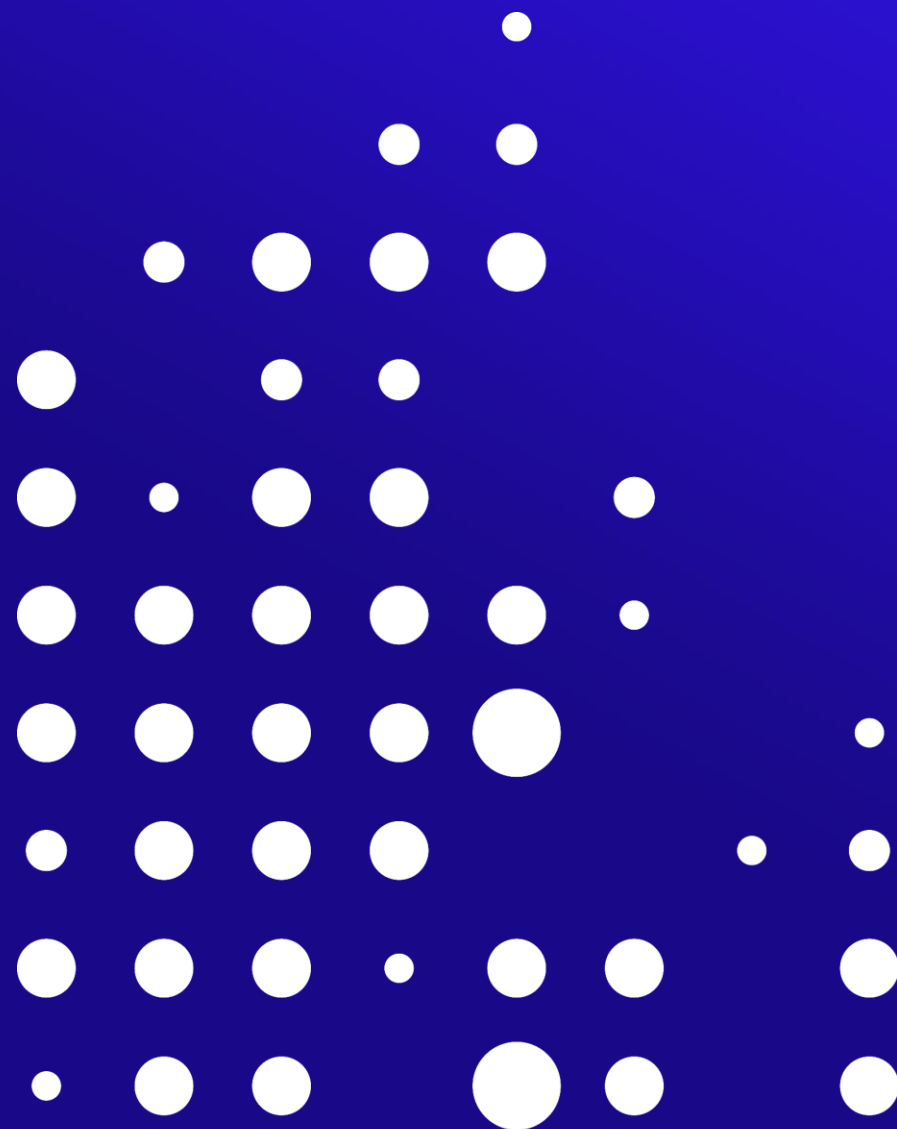

Digital Handel: E-handelsbarometer 4. kvartal 2020

Extra: Teknologi- og medieprioritering 2021

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



Status 4. kvartal

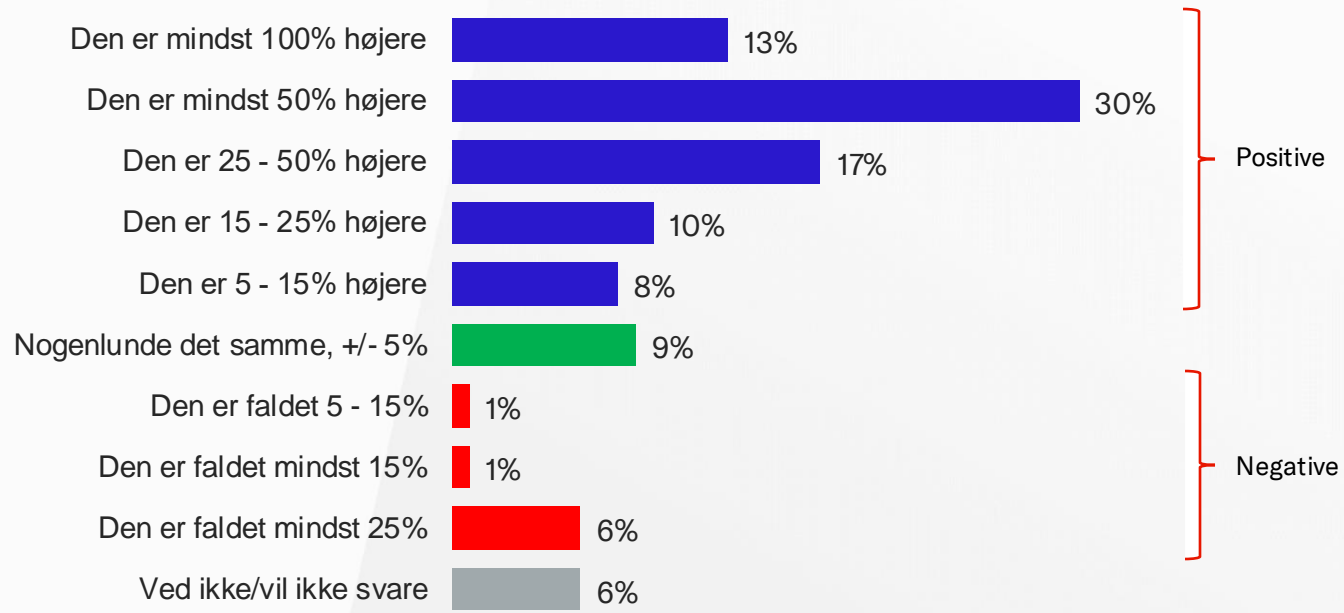
E-handelsbarometeret viser, at samlet 70% af netbutikkerne har haft fremgang i 4. kvartal 2020 mod 60% efter Q4 2019.

77% har haft positiv udvikling mens 8% har haft en negativ udvikling ift. samme kvartal sidste år. 9% har nogenlunde ramt samme omsætning som i Q4 2019.

13% har *mindst* fordoblet omsætningen ift. Q4 2019 og samlet har 43% mindst haft en vækst på 50%.

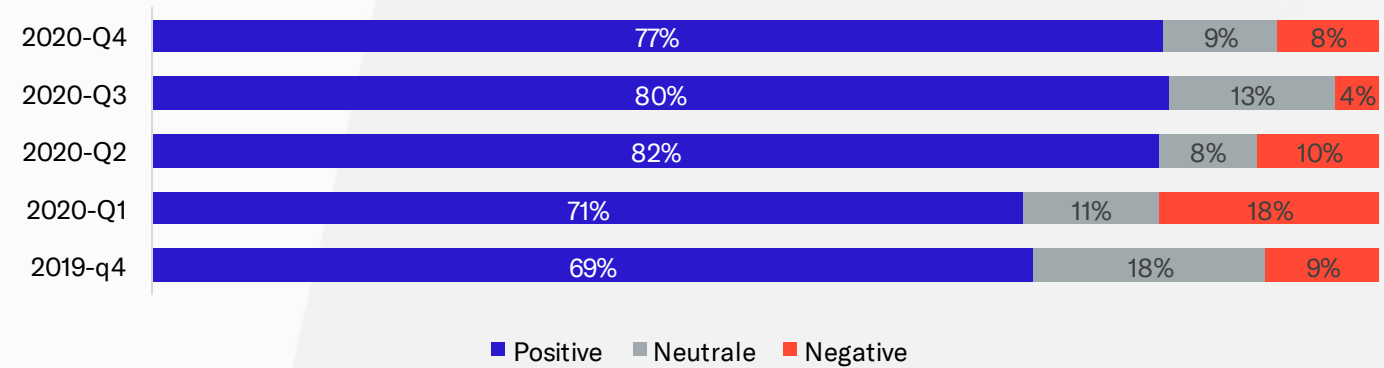
I den tunge ende af skalaen har 8% oplevet en negativ udvikling – og heraf har 6% oplevet et drastisk fald på mindst 25%; men andelen med fald er dog mindre end efter 1. kvartal. CoVid har dermed fortsat stor indflydelse på e-handelsudviklingen.

Hvordan har din e-handelsomsætning udviklet sig i 4. kvartal 2020 ift. samme periode sidste år?



115

Udvikling ift. samme kvartal sidste år



Forventninger til 1. kvartal 2021

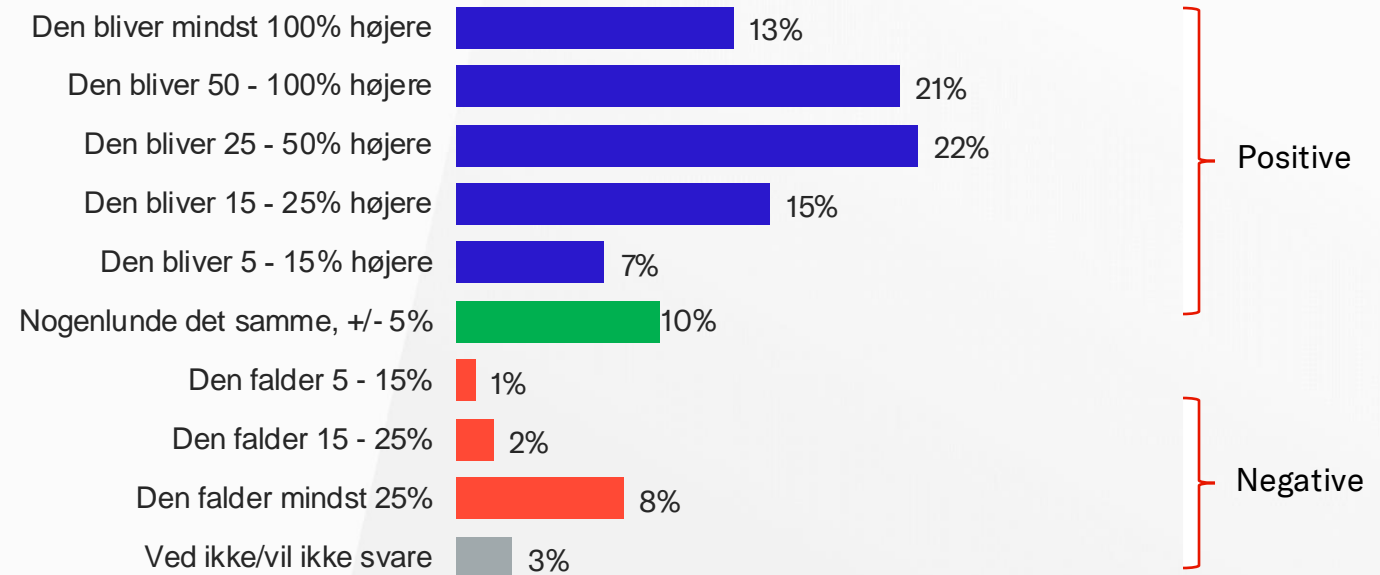
E-handelsbarometeret er igen ganske positivt, når netbutikkerne ser frem mod det første kvartal i 2021. 77% har høje forventninger, men andelen, der forventer en negativ udvikling, er steget fra 3 til 10% i målingen ift. kvartalet før.

Netto er 67% således optimistiske, mod 74% efter Q3 og 69% efter Q4 i 2019.

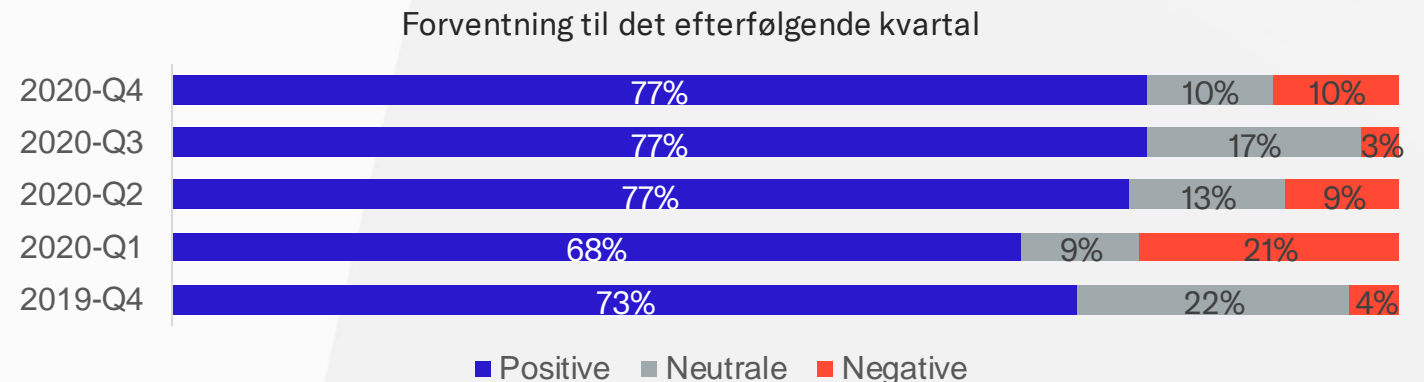
Hver tredje netbutik i målingen forventer en vækst i omsætningen på mindst 50% ift. samme kvartal sidste år.

Omvendt er der 8%, der forventer at tabe mindst 25% af omsætningen ift. 1. kvartal 2020. Det var endda et dårligt kvartal, hvor 18% i målingen havde faldende omsætning, og hvor CoVid-19 i første omgang satte det meste af Danmark i stå et par uger.

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



115



Netbutikkernes eksport

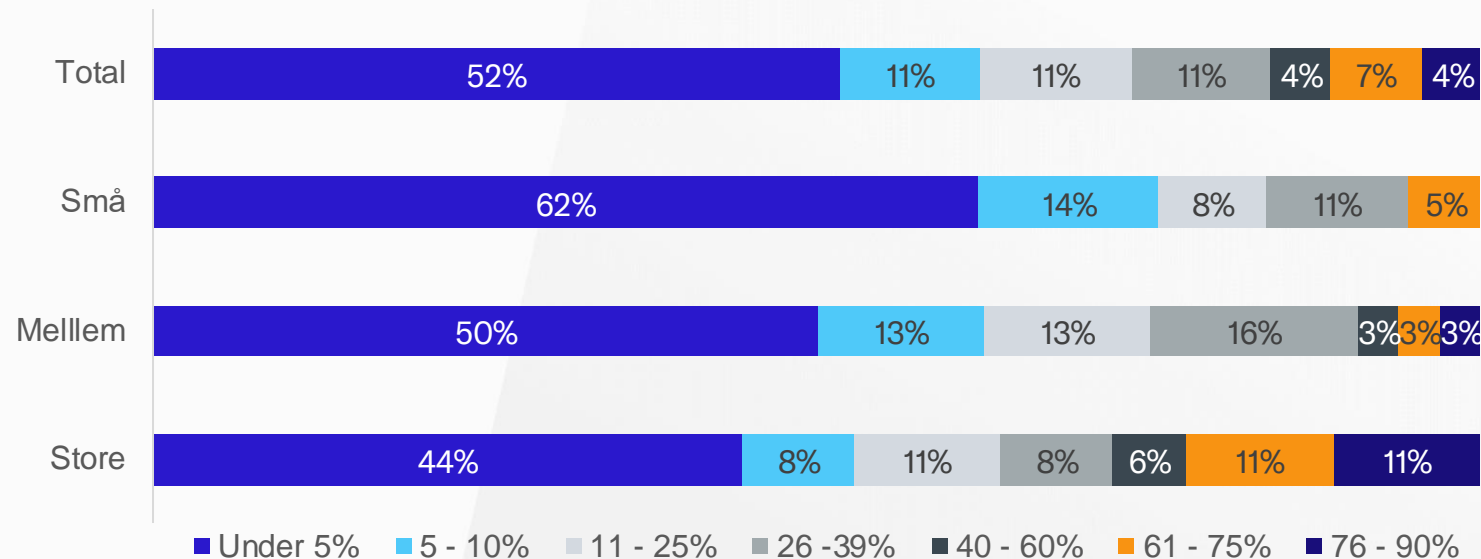
Generelt er netbutikkerne stærke ift. eksport. Halvdelen (48%) har eksport af et vist omfang (over 5%), og selv mindre virksomheder har relativt høje eksportandele.

De store netbutikker ligger stærkest på eksport – hvilket giver god mening.

Således forventer hver 5. store netbutik at hente mindst 61% af omsætningen i fremmed valuta.

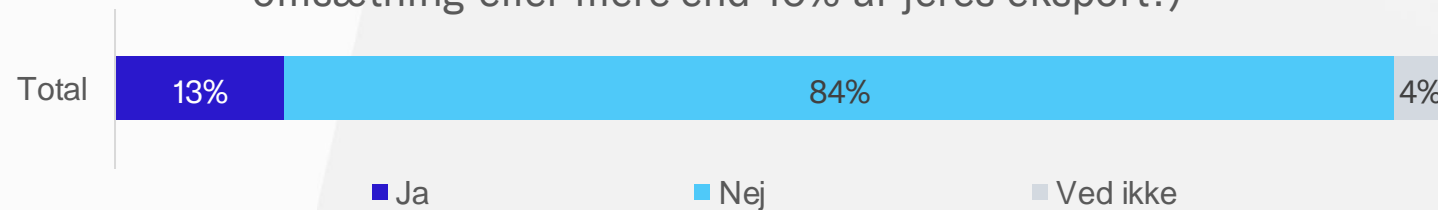
13% af de eksporterende netbutikker i analysen kan dog se frem til ekstra arbejde og bøv l i 2021 – for dem gælder det, at der er så stor eksport til UK, at den har betydning.

Hvor stor en del af jeres omsætning forventer I kommer fra eksport i 2021?



115

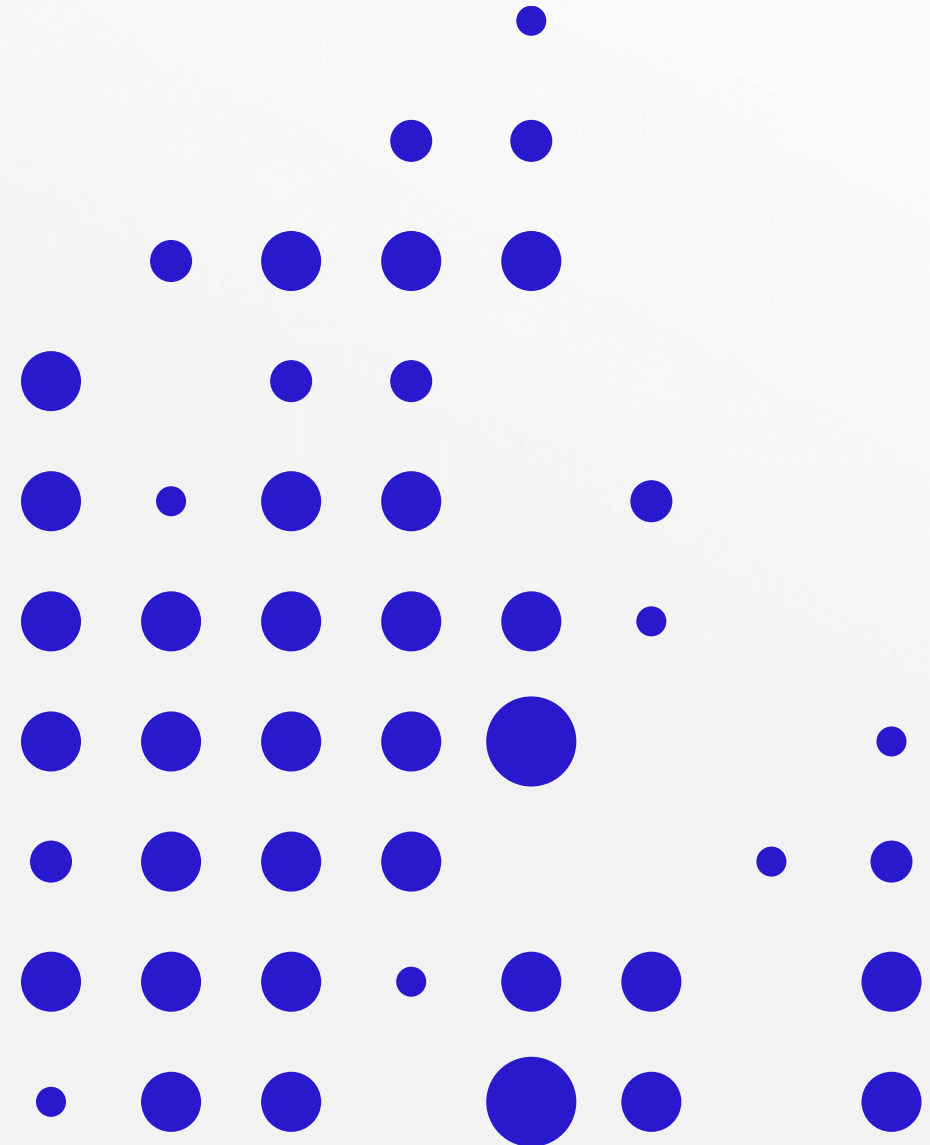
Har I eksport af betydning til UK? (Mere end 5% af jeres omsætning eller mere end 10% af jeres eksport?)



55

Teknologier og medier 2021

DANSK
ERHVERV

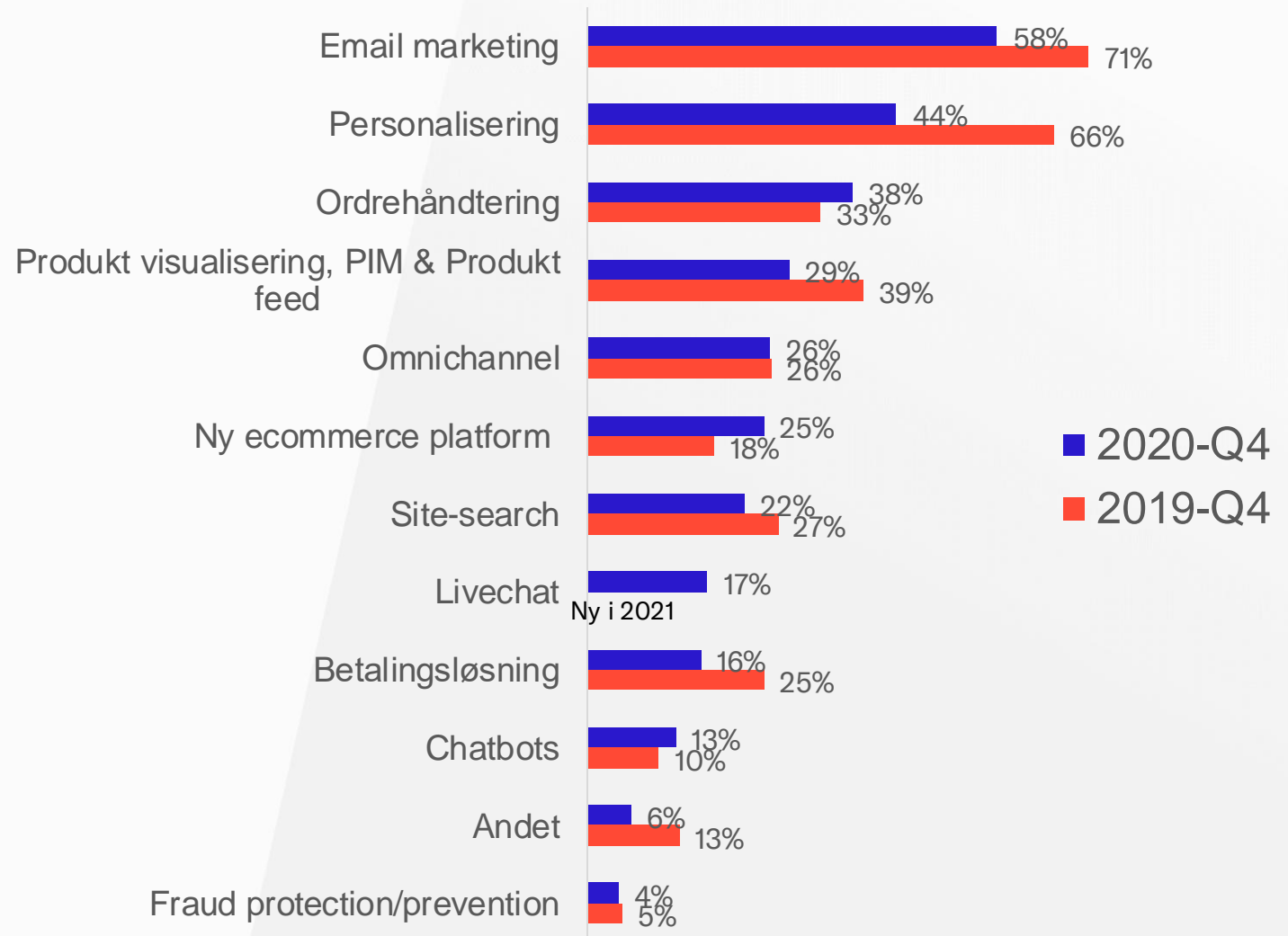


Teknologier i fokus

E-mail marketing og personalisering er fortsat de to højst prioriterede teknologier, men niveauet er lavere i årets måling; muligvis fordi 2020 er gået med at forbedre disse discipliner. Omvendt er ordrehåndtering kommet i fokus efter et år, der har været hæsblæsende for mange. Ligeledes ser det ud til, at en ny e-commerce platform står længere oppe på ønskesedlen hos netbutikkernes e-commerce managers i 2021.

Betalingsløsninger ser ud til at være godt på plads og det samme gælder forhåbentlig netbutikkernes fraud indsats. Der er forhåbentligt skruet tilstrækkeligt op tidligere, så der er godt styr på det hos langt de fleste.

Hvilke af disse teknologier vil I skrue op for i 2020 (investere i at forbedre/implementere)?



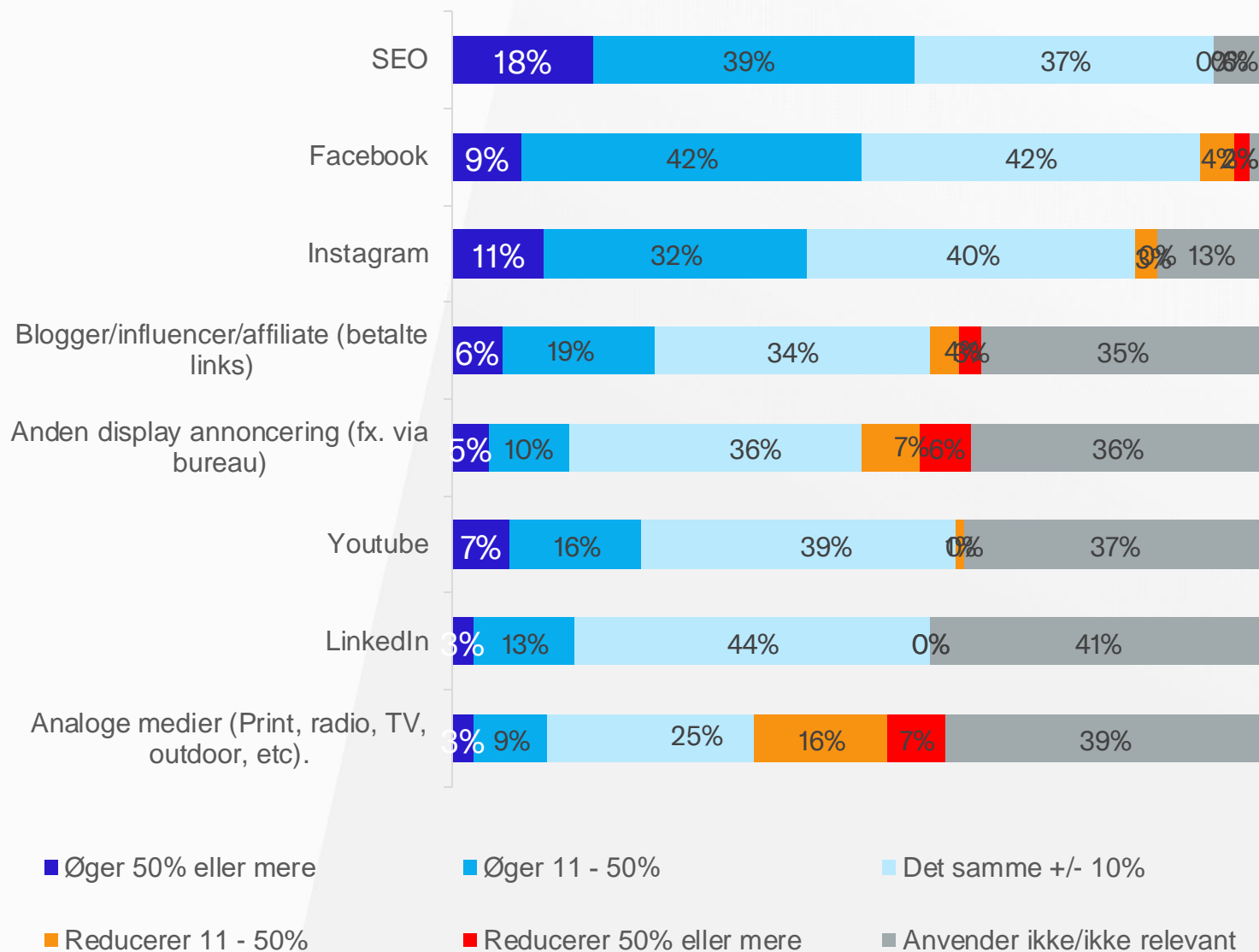
Medie/kanal-forventninger til 2021

SEO står atter øverst på listen over hvilke kanaler/medieindsatser, som netbutikkerne vil satse mere på. 18% vil satse mindst 50% yderligere på SEO og 39% skruer 11-50% op.

Facebook står lidt stærkere end Instagram i 2021 – modsat 2020. 13% mener ikke, Instagram er relevant, mens 11% omvendt vil skrue mindst 50% op for indsatsen på platformen.

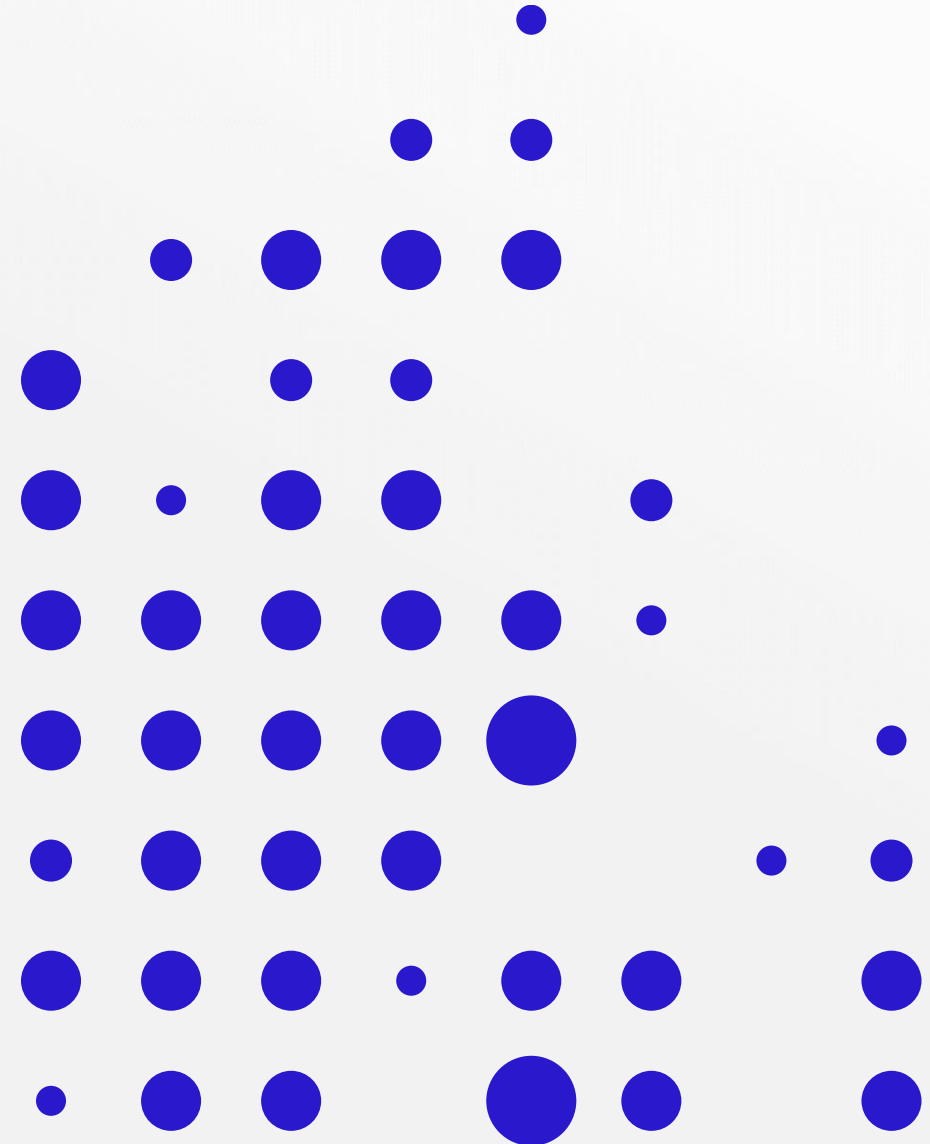
Analoge medier (Print, TV, etc) ligger igen i bunden og opleves ikke som relevant af en stor gruppe – det samme gør sig gældende for LinkedIn. Der er dog kun 20% af B2B besvarelserne, der angiver, at LinkedIn ikke anvendes.

Hvilke af disse kanaler/medier forventer du, at I vil anvende mere - eller mindre - i 2021?



Baggrundsinfo & kryds

DANSK
ERHVERV



Udvikling i 4. kvartal 2020 ift. 2019: Omnichannelbutikker har generelt haft lidt højere vækst end pureplayers og B2C har haft en bedre udvikling end B2B. Højeste vækstrater ses hos de største virksomheder.

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

| | Faldet mindst 5% | Nogenlunde det samme, +/- 5% | 5 - 25% højere | 25 - 50% højere | 50 - 100% højere | Mindst 100% højere |
|-------------|------------------|------------------------------|----------------|-----------------|------------------|--------------------|
| Total | 8% | 9% | 17% | 17% | 30% | 13% |
| B2B/B2G | 10% | 12% | 20% | 14% | 27% | 12% |
| B2C | 6% | 6% | 16% | 19% | 32% | 14% |
| Omnichannel | 4% | 8% | 26% | 9% | 26% | 21% |
| Pureplayer | 11% | 10% | 10% | 24% | 32% | 6% |
| Små | 16% | 11% | 27% | 8% | 27% | 8% |
| Mellem | 3% | 6% | 13% | 25% | 31% | 13% |
| Store | 5% | 8% | 11% | 22% | 32% | 22% |

Hvordan har jeres e-handelsomsætning udviklet sig i FJERDE kvartal 2020 ift. samme periode sidste år? Svarkategorier med få svar er slået sammen. Excl. Ved ikke.

Forventninger til 1. kvartal 2021 ift. 2020: Ikke enorme forskelle på forventningerne hos de rene netbutikker og omnichannel. Men igen højere forventninger hos de store netbutikker og højere forventninger for B2C end for B2B målgrupper.

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

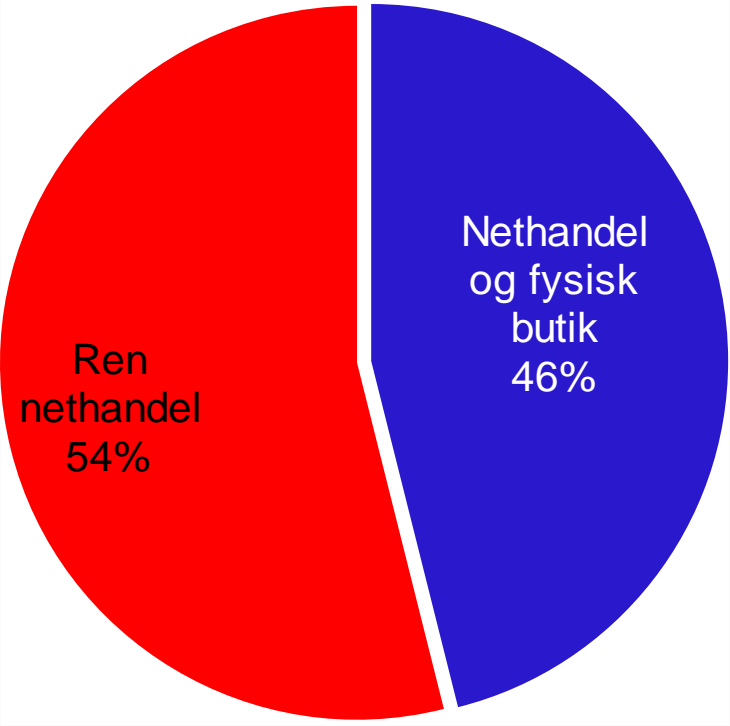
| | Falder mindst 5% | Nogenlunde det samme, +/- 5% | Bliver 5 - 25% højere | Bliver 25 - 50% højere | Bliver 50 - 100% højere | Bliver mindst 100% højere |
|-------------|------------------|------------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Total | 10% | 10% | 22% | 22% | 21% | 13% |
| B2B/B2G | 18% | 12% | 22% | 27% | 8% | 8% |
| B2C | 6% | 7% | 22% | 25% | 23% | 14% |
| Omnichannel | 11% | 6% | 26% | 23% | 15% | 17% |
| Pureplayer | 10% | 13% | 18% | 21% | 26% | 10% |
| Små | 14% | 14% | 32% | 22% | 11% | 8% |
| Mellem | 13% | 9% | 9% | 31% | 28% | 6% |
| Store | 8% | 5% | 22% | 19% | 27% | 19% |

Tabel: Hvilke af disse teknologier vil I prioritere højest i 2021 (investere i at forbedre/implementere)?

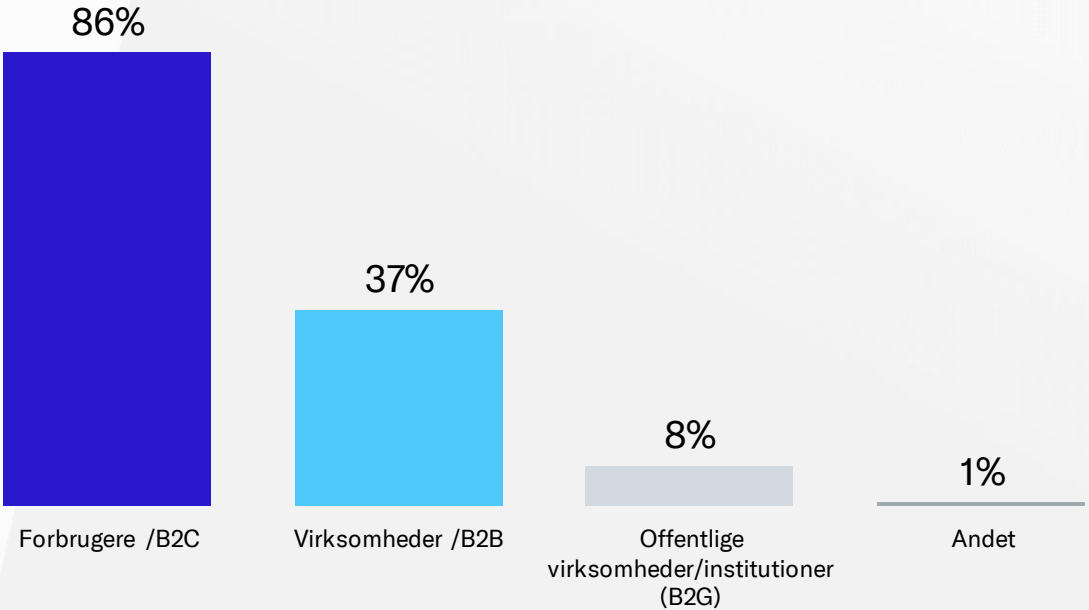
| | Email marketing | Personalisering | Ordrehåndtering | Produktvisualisering, PIM & Produkt feed | Omnichannel | Ny ecommerce platform (fx til/fra Magento, Shopify etc) | Site-search | Livechat | Betalingsløsning | Chatbots | AR/VR (Augmented/Virtual Reality) | Andet | Fraud protection/prevention |
|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|--|-------------|---|-------------|----------|------------------|----------|-----------------------------------|-------|-----------------------------|
| Total | 58% | 44% | 38% | 29% | 26% | 25% | 22% | 17% | 16% | 13% | 7% | 6% | 4% |
| B2B/B2G | 57% | 41% | 39% | 35% | 35% | 29% | 27% | 24% | 14% | 12% | 12% | 6% | 4% |
| B2C | 57% | 44% | 39% | 27% | 26% | 23% | 22% | 15% | 15% | 13% | 7% | 6% | 4% |
| Omnichannel | 52% | 46% | 40% | 31% | 31% | 25% | 19% | 17% | 15% | 12% | 8% | 8% | 6% |
| Pureplayer | 63% | 47% | 43% | 32% | 27% | 20% | 18% | 17% | 13% | 8% | 5% | 3% | 3% |
| Små | 70% | 35% | 24% | 24% | 22% | 19% | 19% | 14% | 14% | 8% | 5% | 3% | 3% |
| Mellem | 58% | 58% | 58% | 35% | 29% | 29% | 26% | 16% | 16% | 16% | 10% | 10% | 6% |
| Store | 53% | 50% | 39% | 33% | 28% | 22% | 22% | 17% | 17% | 14% | 8% | 3% | 3% |

Baggrundsinfo – afsætningskanal og målgruppe

Afsætningskanal: Hvad beskriver bedst din virksomhed?

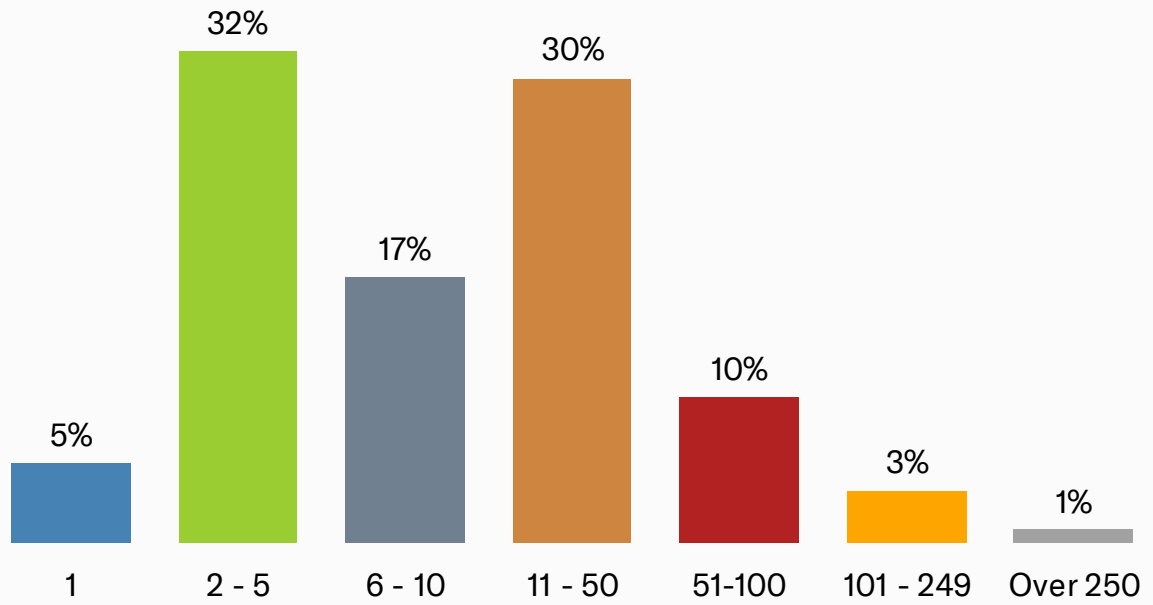


Hvilken målgruppe henvender din virksomhed sig primært til? Max 2 svar

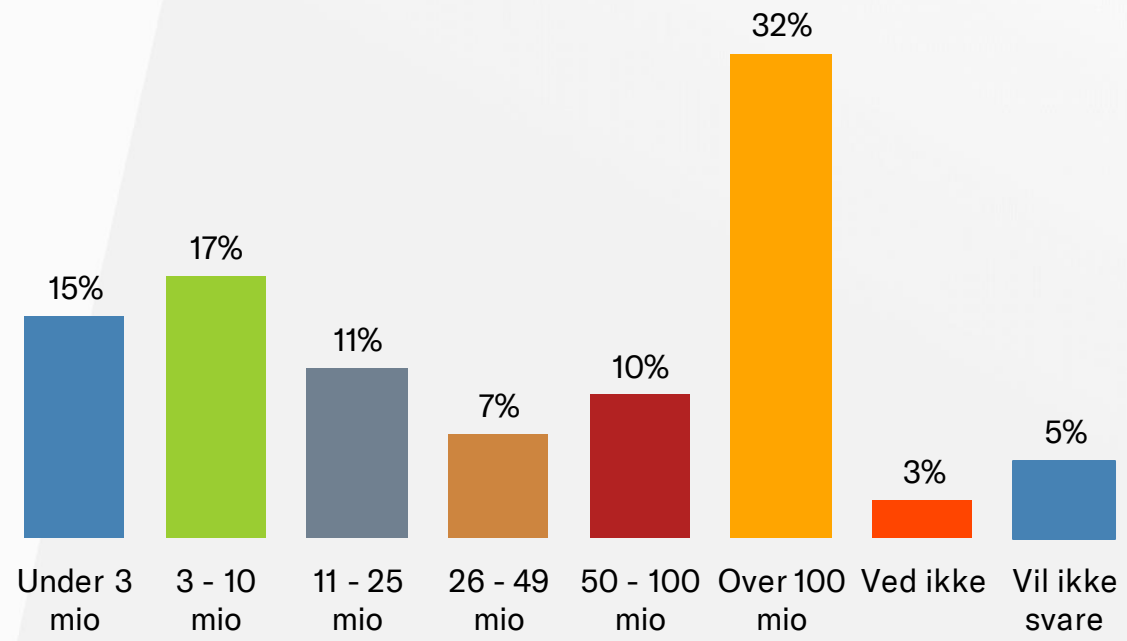


Virksomhedsstørrelse – e-handelsansatte og omsætning

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 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). >85% af svarene er fra medlemmer af Dansk Erhverv.

115 i målgruppen har deltaget i kvartalets undersøgelse, mindst 80% i ledelsesfunktion.

Bruttostikprøven var på 1.534 og der er udsendt 3 rykkere.

Data er indsamlet 22/1 – 7/2 2021

| Antal svar i delmålgrupper | | | | | |
|----------------------------|----|-----|----|-------------|----|
| Mindre (<11 mio E-kr.) | 37 | B2B | 99 | Omnichannel | 53 |
| Mellem (11-100 mio E-kr) | 32 | B2C | 43 | Pureplayer | 62 |
| Store (>100 mio E-Kr.) | 37 | B2G | 9 | | |