



Svenska kunder under 35 ställer höga krav på appar för onlineshopping

När det gäller onlineshopping använder de flesta svenskar – till skillnad från resten av Europa – sina smartphones. Yngre svenskar är dessutom mer benägna att handla från ett varumärke eller en återförsäljare om det går att göra via en app. Men märkligt nog verkar appar ligga efter webbplatser när det gäller svenska shoppingvanor, enligt senaste Digital Life Index från Publicis Sapient.

STOCKHOLM, 10 november 2021 – Enligt Publicis Sapients senaste Digital Life Index handlar 42 % av svenskarna på nätet minst en gång i veckan och nästan varannan svensk säger sig handla online varje månad. De flesta kunder använder återförsäljares webbplatser, exempelvis Jollyroom eller XXL, och enskilda varumärkens webbplatser är andrahandsvalet. Återförsäljares appar kommer först på tredje plats och enskilda märkens appar ligger ännu längre efter.

Shoppingappar ligger efter webbplatser därför att kunderna inte är nöjda. Björn Elmberg, Industry Lead Retail and Consumer Products hos Publicis Sapient, pekar på flera anledningar till att appar i dag används mindre än webbplatser: ”Det är de grundläggande faktorerna som avgör om en kund lämnar en plattform. Vissa appar levererar inte när det gäller enkla sökfunktioner, snabb laddningstid och tydlig navigering.”

Men appar kommer att få större betydelse i Sverige i framtiden, enligt Björn Elmberg. Han ser två skäl till det:

För det första använder svenskarna sina smartphones för de flesta av sina nätköp. I andra europeiska länder, bland annat Danmark, Storbritannien, Tyskland och Frankrike, är en stationär eller bärbar dator fortfarande förstahandsvalet. För det andra visar senaste Digital Life Index att yngre svenska kunder är mer benägna att handla från ett varumärke eller en återförsäljare som har en shoppingapp.

”Yngre kunder är mer benägna att använda en app för att handla på nätet. På motsvarande sätt är unga människor mer intresserade av interaktiva chattbottar och virtuell verklighet i appar och på webbplatser.”

– Björn Elmberg, Industry Lead Retail and Consumer Products hos Publicis Sapient

Hur ser framtiden ut för onlinehandeln och shoppingappar?

När de tillfrågas hur de väljer shoppingplattformar svarar svenska konsumenter att de söker lättnavigerade och sömlösa digitala upplevelser, i kombination med förmåner som snabb leverans och enkla sätt att hantera returer. För 70 % av kunderna är den största frustrationen när en vara är slut i lager, följt av dålig sökfunktionalitet.

”Om återförsäljare och varumärken vill öka sin onlineförsäljning i framtiden måste de titta på vad i synnerhet yngre konsumenter vill ha och anpassa sig efter deras önskemål”, förklarar Björn Elmberg. Publicis Sapients studie visar att det finns en märkbart större efterfrågan bland de yngre i befolkningen på rösttjänster, chattbottar, personligt anpassat innehåll och virtuell/förstärkt verklighet.

”Trenden går mot enkel sökfunktionalitet, personligt anpassat innehåll och virtuell verklighet.”

– Björn Elmberg

40 % av alla i gruppen 18–34 år vill ha funktioner för virtuell eller förstärkt verklighet för att pröva eller pröva på en produkt. Men det är inte bara tekniken som intresserar den yngre kundgruppen. En av tre vill stödja en välgörenhetsorganisation eller ett gott ändamål när de handlar på nätet.

Om studien

Digital Life Index är ett kontinuerligt forskningsinitiativ som görs på uppdrag av Publicis Sapient för att förstå konsumenternas attityder, beteenden och perspektiv i samband med digitala tjänster inom olika branscher. Årets version är inriktad på detaljhandel, hälsa och finansiella tjänster. Undersökningen genomfördes i maj och juni 2021 med 9 300 deltagare på 12 marknader, varav 700 från Sverige.

Mer information: thedigitallifeindex.publicissapient.com

Om Publicis Sapient

Publicis Sapient samarbetar med globala organisationer för att hjälpa dem skapa och behålla en konkurrensfördel i en värld som blir alltmer digital. Publicis Sapient är navet i Publicis Groupe för digital transformation med 20 000 anställda och över 50 kontor över hela världen.

publicissapient.com

###

Kontakt

Barbara Peters, bp@ehrenbergsoerensen.com, 072 739 4138

Karin Liljeqvist, karin.liljeqvist@publicissapient.com, 070 941 2649