Analysen sponsoreres af

bambora

DAO 365

Light-analyse for ikke-medlemmer

Analysen gennemføres af

Wilke
Asking for growth

Analysen udgives af

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL

Light-analyse for ikke-medlemmer

Juli

Månedsrapport 2018



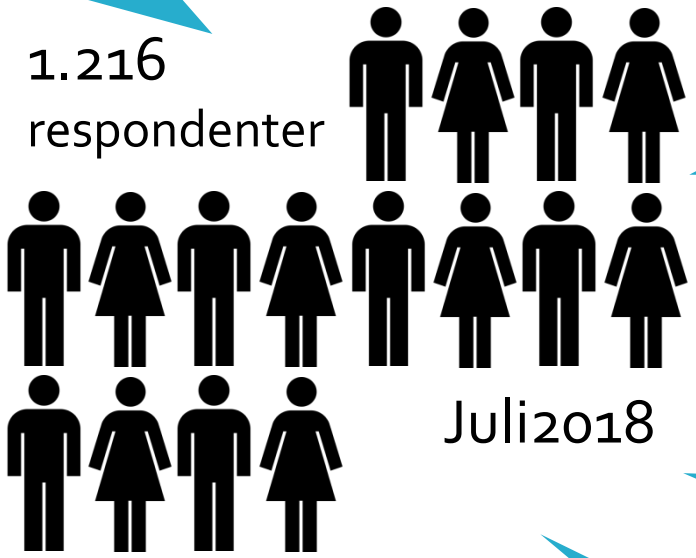
Knap hver femte afbrudte køb (18%) skyldes, at fragten blev for dyr

5 ud af 6 (83%) anser synlige kontakt-oplysninger for at være afgørende for at handle i en ny netbutik

53% af de danske internetkunder har handlet mindst tre gange i juli

Bolig og have når op på 12% af forbruget i juli måned

1.216 respondenter



Juli2018

Mest købte kategori i juli var tøj, sko og smykker med film, musik, bøger, spil og legetøj på andenpladsen

14% af de e-handlende forbrugere har et erhvervsmæssigt indkøbsansvar. 36% af disse erhvervsindkøbere foretager stort set alle (90%+) erhvervskøb digitalt

Gennemsnitsprisen for et køb på internettet var 832 kr i juli

NPS-målingen i juli toppes af hobby- & kontorartikler med en score på 40

Mobilbetalinger udgør i juli måned over 10% af betalingerne

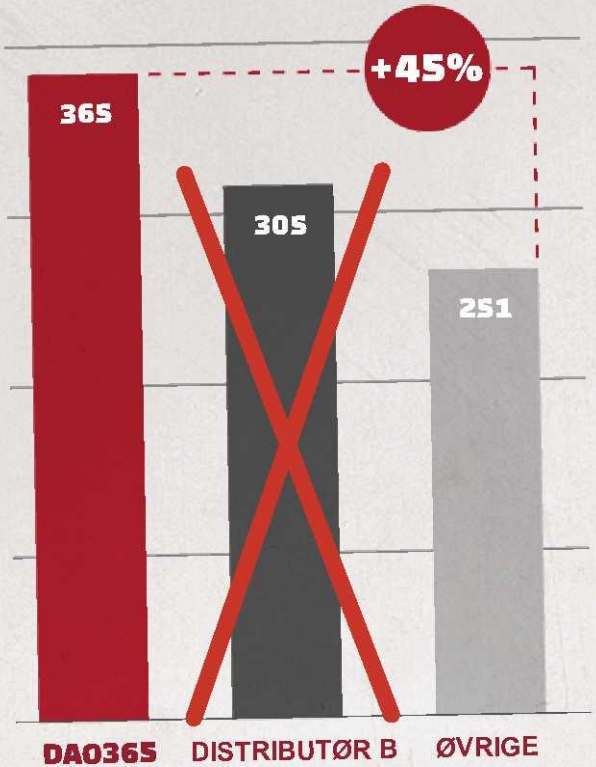
FDIH e-handelsanalyse

bambora

DAO 365

Wilke

Copyright FDIH © 2018



HVAD VIL DU SIGE TIL AT FÅ 45% FLERE ÅBNINGSDAGE?

Internettet har altid åbent – men hvor åben er en web-shop, hvis kunden ikke kan få sine varer?

Supermarkederne har for længst fundet ud af, at man sælger flere varer, når man holder åbent. Derfor kan vi også handle i Fakta og Netto, selvom det er søndag. Hvorfor skulle forbrugerne ønske mindre på internettet.

Den væsentligste forskel er, at web-shop kunderne ganske enkelt kan flytte sig, fra en butik der har lukket for levering, til en butik der har åbent.

Så hvem tager imod kunderne – de 114 dage dine konkurrenter holder lukket?

DAO 365

LÆS MERE PÅ WWW.DAO.AS

Indholdsfortegnelse

Handelshyppighed		Side 5
Andel af handler og forbrug	kun i premium udgaven	Side 6
Varer og priser	kun i premium udgaven	Side 7
Betalingsform og –kort		Side 8
NPS efter varekategori		Side 9
Business-to-business		
Erhvervsmæssigt indkøbsansvar	kun i premium udgaven	Side 12
Erhvervsmæssig købsfrekvens og budget	kun i premium udgaven	Side 13
Erhvervskøbte varegrupper	kun i premium udgaven	Side 14
Månedens fokus: Konvertering		
Årsager til "forladt kurv"		Side 17
Fravalg af ukendt netbutik	kun i premium udgaven	Side 18
Tryghed og præferencer	kun i premium udgaven	Side 19
Om analysen		Side 23

Bliv dobbelt så klog med PREMIUM rapporten

FDIH e-handelsanalyse kommer i 2 versioner.
Denne version er **LIGHT** rapporten, som ca. har det halve omfang af vores **PREMIUM** rapport.

- Medlemmer af FDIH kan downloade **PREMIUM** rapporten **gratis** ved at logge på:
  FDIH månedsanalyser juli 2018
- Som ikke-medlem kan **PREMIUM** rapporten købes for 1.995 kr. ex. moms:
  Køb PREMIUM analysen
- Vil du høre mere om Ønsker du at blive medlem af FDIH?
  Kontakt os og få et medlemstilbud

FDIH e-handelsanalyse

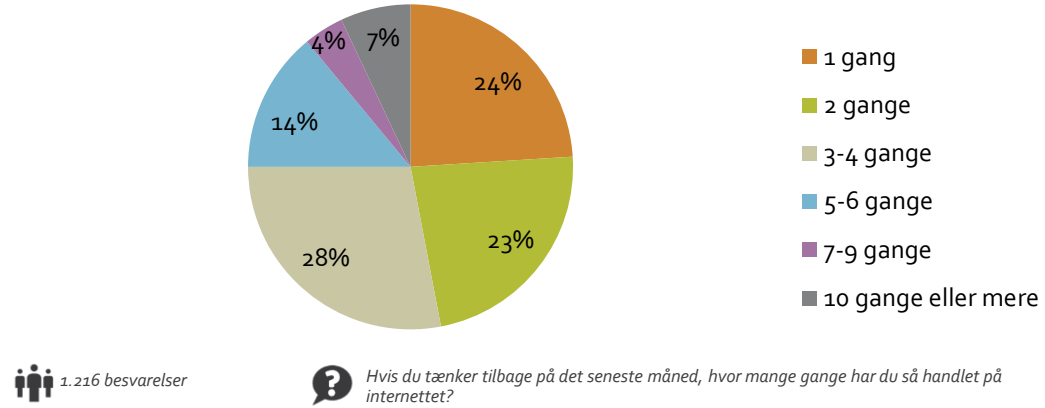
Copyright FDIH © 2018

Handelshyppighed

Lidt over halvdelen (53%) af de danske internetkunder har handlet 3 gange eller mere i juli måned, hvilket er på niveau med juni måned. I gennemsnit handlede kunderne 3,6 gange på nettet, hvilket er en smule lavere end juni.

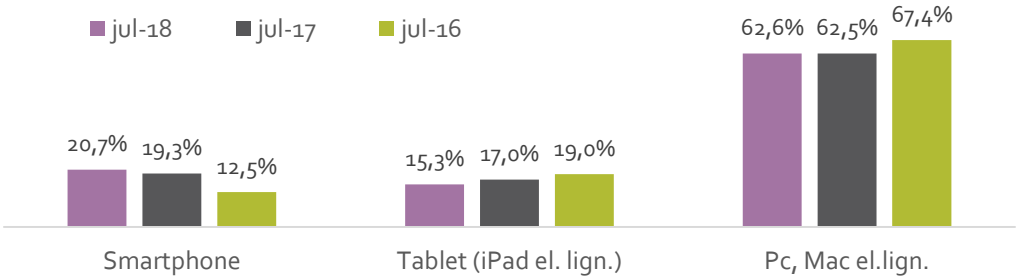
En varm juli måned sikrer en høj andel konverteringer på særligt smartphones, som i juli måned står for mere end hvert 5. (21%) salg. Juli 2017 var første gang vi så flere konverteringer på smartphones end tablets; nu, ét år senere, halter tablets 5% efter.

25% af de danske internetkunder har handlet mindst 5 gange i juli



1.216 besvarelser

Hvis du tænker tilbage på det seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet?



1.216 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Side 6 "Andel af handler og forbrug" forbeholdt PREMIUM analysen

Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

3


Side 7 "Varer og Priser"
forbeholdt PREMIUM analysen
Er du medlem af FDIH?
Download PREMIUM analysen gratis her…
1
Ikke medlem af FDIH?
Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem
2
Køb premium analysen
Kr. 1.995,- ekskl. moms
3

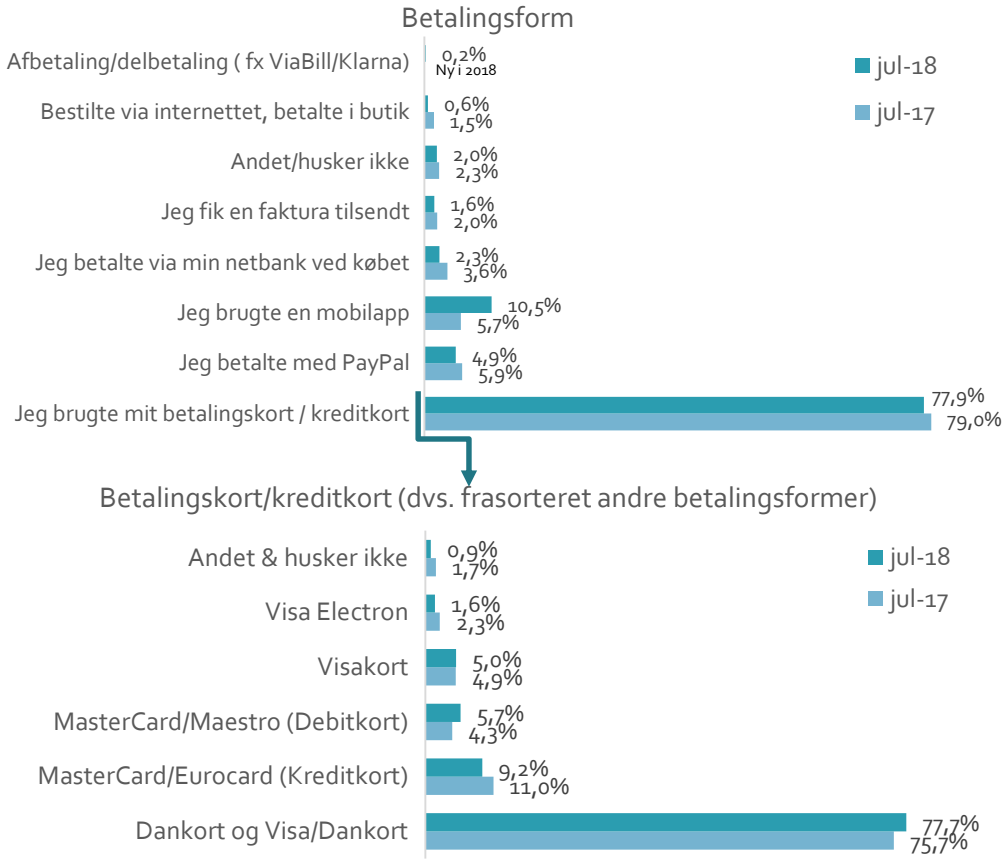
Betalingsform og -kort

Godt hver fjerde (77,9%) handel blev i juli betalt med betalingskort; et fald på godt 1% ift. juli 2017.

Betalinger via mobilapp er næsten fordoblet ift. juli 2017 og udgør 10,5% af betalingerne.

Dankort og Visa/Dankort udgør godt 60% af *alle* betalinger, hvilket er marginalt mere end juli 2017.

I juli udgør mobilbetalinger 10,5% af betalingerne



1.216 / 966 besvarelser

Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du

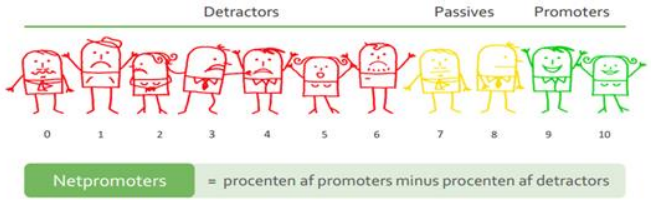
Copyright FDIH © 2018

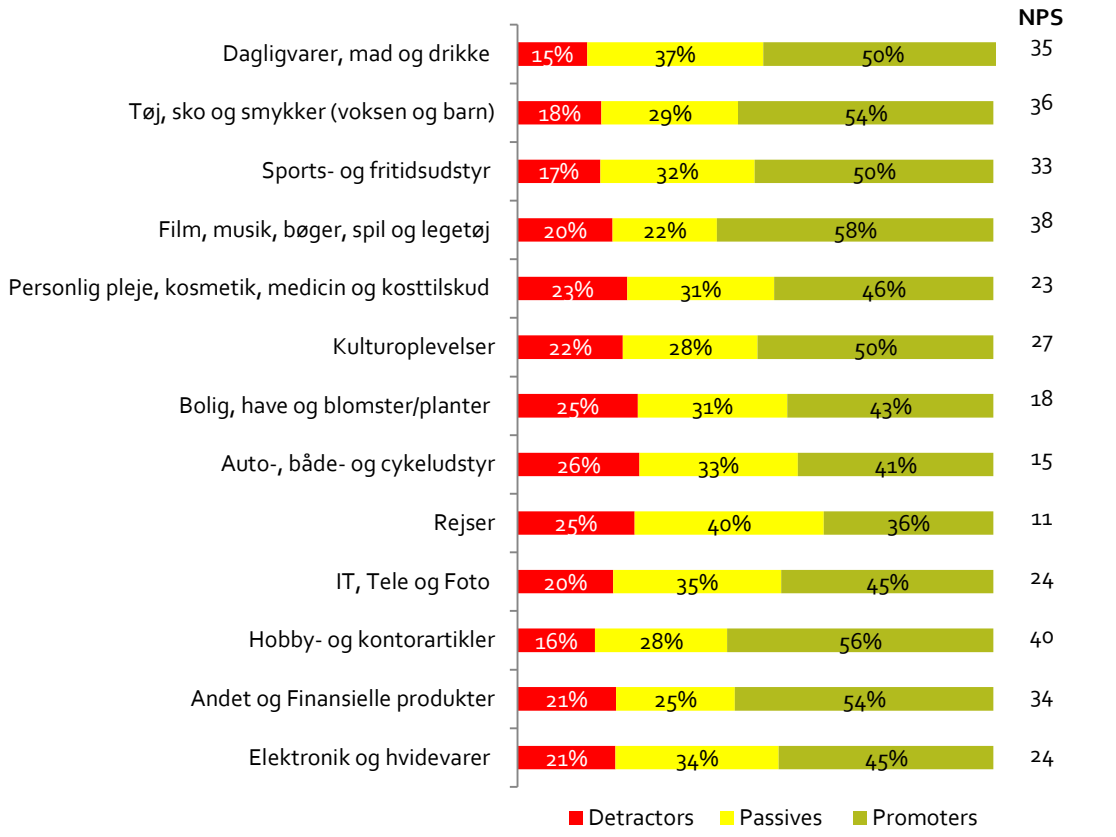
NPS efter varekategori

Kontor- og hobbyartikler har de mest tilfredse kunder i juli og når en NPS på 40.

Film, musik, bøger, spil og legetøj ligger på en andenplads, mens *rejser* ligger langt tilbage med en NPS på 11.

Højeste NPS score i juli opnår hobby og kontorartikler





1.216 besvarelser

Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne netbutik til familie, venner eller kollegaer?

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018





LÆS MERE

BUSINESS TO BUSINESS

Andel med beslutningsansvar, andel B2B køb online, indkøbsfrekvens, indkøbsbudget, varegrupper købt som erhvervsindkøb

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018



Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

3

Side 13 "Andel B2B indkøb foretaget digitalt" forbeholdt PREMIUM analysen

Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

3


Side 14 "Erhvervskøbte varegrupper" forbeholdt PREMIUM analysen
Er du medlem af FDIH?
Download PREMIUM analysen gratis her…
1
Ikke medlem af FDIH?
Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem
2
Køb premium analysen
Kr. 1.995,- ekskl. moms
3

FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL



Stærk rådgivning fra ægte Digitale Købmænd på Facebook

Del viden og lær af andre i Netværket for digitale købmænd

MÅNEDENS FOKUS

Konvertering – vejen til køb

Copyright FDIH © 2018

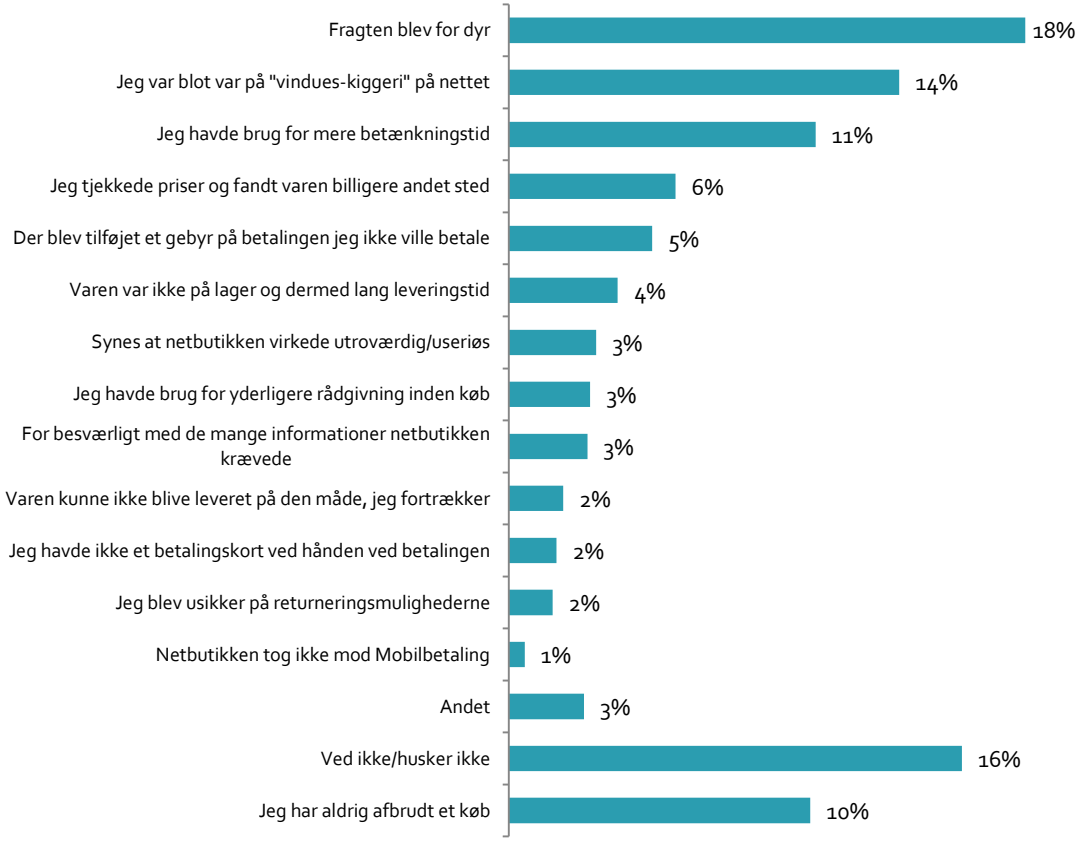
Årsager til "forladt kurv"

Den væsentligste årsag til at en kurv forlades lige før den endelige betaling er klart, at fragten blev for dyr: Knap hver femte (18%), nævner således dyr fragt som primære årsag.

14% var var kun på "vindues-kiggeri", mens 11% havde brug for at tænke mere over købet.

Kun 6% af kurvene efterlades, fordi varen findes billigere et andet sted, mens 4% droppede købet, fordi varen ikke var på lager.

Knap hver femte afbrudte køb (18%) skyldes, at fragten blev for dyr



1.216 besvarelser

Tænk på sidste gang, du afbrød et køb lige før den endelige betaling. Hvad var den primære årsag til, at du afbrød købet?

Copyright FDIH © 2018


Side 18 "Fravalg af ukendt netbutik"
forbeholdt PREMIUM analysen
Er du medlem af FDIH?
Download PREMIUM analysen gratis her…
1
Ikke medlem af FDIH?
Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem
2
Køb premium analysen
Kr. 1.995,- ekskl. moms
3

Side 19 "Tryghed og præferencer" forbeholdt PREMIUM analysen

Er du medlem af FDIH?

Download PREMIUM analysen **gratis** her…

1

Ikke medlem af FDIH?

Kontakt os og få et tilbud om at blive medlem

2

Køb premium analysen

Kr. 1.995,- ekskl. moms

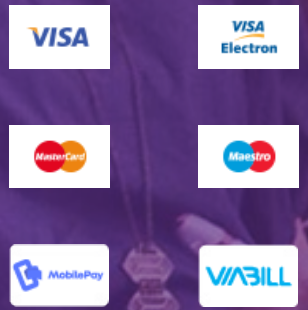
3



Bambora Online

Din online betalingsløsning

Med Bambora Online får du en komplet løsning til online betaling



LÆS MERE

- 149 DKK per md.
- 1,45% på privatudstedte kort i EU + Norge og Island
- 2,45% på firmakort og kort udstedt uden for EU + Norge og Island
- Kom i gang på 1-3 dage
- Gratis oprettelse
- Hurtig udbetaling (fra 2 bankdage)

bambora

OM ANALYSEN

Copyright FDIH © 2018

Træf de rigtige beslutninger med de rigtige data

Sidder du og mangler tal til din ledelse, bestyrelse eller strategi, der beskriver det danske e-handelsmarked? Med solidt datagrundlag fra FDIH e-handelsanalyse vil vi kunne hjælpe dig.

Som de eneste samler FDIH månedlige data om 1.200 forbrugeres adfærd på nettet, deres køb af varer og services fordelt på 13 varekategorier og 84 varegrupper. Analysen sætter tal på, hvor mange penge forbrugere køber for, hvilken webshop de køber hos og hvorfor. Vi kan endda levere data fordelt efter de mest gængse demografiske variable. Alt sammen for at sikre, at I træffer de rigtige beslutninger.

Pris afhænger af, hvor komplicerede data I ønsker.

Kontakt os for et uforpligtende tilbud på valide forbrugerdata.

Analysechef
Simon Bjerremann
T: +45 72255611
E: sib@fdih.dk

Top 3 varekategorier	Under kategori
3.3 Tøj, sko og smykker N=2.630	Herretøj
	Dametøj
	Børnetøj
	Sko/fodtøj
	Smykker
	Tasker og kufferter
	Babyudstyr
	Gavekort eller deals (fx til tøj, tasker)
	Andet
3.10 Film, musik, bøger, spil og legetøj N=2.219	Streaming/download af film, musik og spil, inkl. apps
	CD, DVD, Blu Ray, PC spil, konsolspil – fysisk leveret
	Download af bøger, tidsskrifter og aviser
	Bøger, tidsskrifter og aviser - fysisk leveret
	Legetøj og familiespil (fx brætspil)
	Online betting
	Gavekort eller deals
	Andet
3.11 Rejser og kulturoplevelser N=2.031	Flybillet
	Tog- og busbillet
	Hotel og feriehuse
	Leje af bil
	Pakkerejser (fx fly og hotel, charterrejser, krydstogt)
	Billetter til kulturoplevelse (fx koncerter, teater, biograf)
	Gavekort eller deals (til oplevelser/rejser/transport)
	Andet

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2018

Metode

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 30 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom. Der gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned og ca. 14.400 interviews på et år. Disse interviews skaber et særdeles robust statistisk grundlag for undersøgelsens resultater. Den maksimale statistiske usikkerhed er således på +/- 0,8 procentpoint på totaler. I tilfælde, hvor summen af andele afviger fra 100 %, skyldes dette afrundinger, eller at der er tale om et multipelt spørgsmål. Den store mængde interviews betyder også, at det er muligt at dykke dybere ned i de enkelte segmenters besvarelser og udviklingen i de 5 prædefinerede segmenter.

- De unge (18-25 år)
- Børnefamilier (voksne med hjemmeboende børn - 26 -50 år)
- Singler og par (voksne uden hjemmeboende børn - 26-50 år)
- De midaldrende (51 - 64 år)
- Pensionister (65+)

Der indsamles data i perioden 1. januar til 31. januar. Den samlede indsamlingsperiode er underopdelt i 12 indsamlingsperioder, én pr måned. Dette er gjort for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke data, og det er dermed muligt at kigge på hele perioden som helhed, ligesom der er mulighed for at opdele undersøgelsen på enkelte måneder.

Data er vejet, så dette er repræsentativt for Danmarks befolkning på køn, alder (6 aldersgrupper – 18-29 år, 30-39 år, 40-49år, 50-59 år, 60-69år og 70+ år) og 5 regioner. Datasættet bliver endvidere vægtet på baggrund 1.000 telefoniske interviews, der gennemføres 2 gange årligt.

FDIH e-handelsanalyse

Yderligere informationer

FDIH e-handelsanalyse
www.fdih.dk/e-handelsanalyse

FDIH, Foreningen for Dansk Internet Handel
Slotsholmsgade 1, Børsen
1217 København K
T: +45 72255601
E: kontakt@fdih.dk
www.fdih.dk

Kontaktpersoner:

Analysechef
Simon Bjerremann
T: +45 72255611
E: sib@fdih.dk

Kommunikationschef
Henrik Theil
T: +45 20965667
E: het@fdih.dk

Analysen er gennemført af Wilke for FDIH

Analysen er sponsoreret af DAO 365 & Bambora