

# e-handelsläget

Tema | AI och ny teknik

Q2  
20  
24



# Innehåll

<b>Innehåll</b>	
<b>Inledning</b>	2
<b>Läget i e-handeln Q2 2024</b>	3
<b>Försäljningskanaler</b>	4
<b>Tillväxt föregående kvartal</b>	5-6
<b>Förväntad tillväxt</b>	7
<b>Positiv påverkan på tillväxt</b>	8
<b>Negativ påverkan på tillväxt</b>	9-10
<b>Så förbereder de sig</b>	11
<b>AI och ny teknik</b>	12-13
<b>AI i verksamheten</b>	14
<b>Användningsområden för AI</b>	15
<b>Effekter från AI</b>	16
<b>Anledningar till att välja bort AI</b>	17
<b>Lönsamhet från AI</b>	18-19
<b>Framtida påverkan av AI</b>	20
<b>Sammanfattning</b>	21
<b>Kompletterande information om undersökning</b>	22
<b>Kontaktuppgifter</b>	23



# E-handelsläget Q2 2024



I årets andra upplaga av E-handelsläget har de positiva tendenserna vi såg förra kvartalet stärkts ytterligare. Tron på tillväxt är nu den högsta vi har sett på mer än ett år. Mer om det, utmaningar, försäljningskanaler och mycket mer kan du läsa om i avsnittet "Läget i e-handeln". I temadelen gör vi den här gången en djupdykning i AI. Vi tittar på hur branschen ställer sig till den nya tekniken och hur många som tagit in den i verksamheten.

## **Emma Lindgren**

Expert på digitalisering & konsumtion, Svea Bank

## **Om E-handelsläget**

E-handelsläget är Svea Banks kvartalsvisa undersökning där svenska e-handlare svarar på frågor om e-handel, deras verksamhet och aktuella ämnen som är relevanta för svensk e-handel. Denna upplaga av undersökningen genomfördes mellan den 8 april och 17 maj 2024 och besvarades av 481 svenska e-handlare. E-handelsläget har genomförts sedan 2016, tidigare under namnet E-handelsindikatorn

# 01

## Läget i e-handeln Q2

Här kan du läsa om hur det går för e-handlarnas affärer just nu. Den här delen av E-handelsläget återkommer varje kvartal och följer branschens utveckling. Resultatet visar svar från 481 e-butiker och rör bland annat tillväxt, lönsamhet, utmaningar och förväntningar.



# E-handlarnas försäljningskanaler utöver den egna e-butiken

Från att handeln tidigare varit uppdelad i online och offline aktörer ser vi nu att allt fler är omni-handlare. Idag är det mer än var tredje e-butik som driver både webbshop och fysisk butik. Dessutom är det fler som använder sig av fysiska återförsäljare som försäljningskanal än som säljer via återförsäljare online eller via marknadsplatser.

Egen fysisk butik

**35,1%**

Andra fysiska återförsäljare

**20,4%**

Andra återförsäljare online

**13,9%**

Annat

**11%**

Marknadsplatser

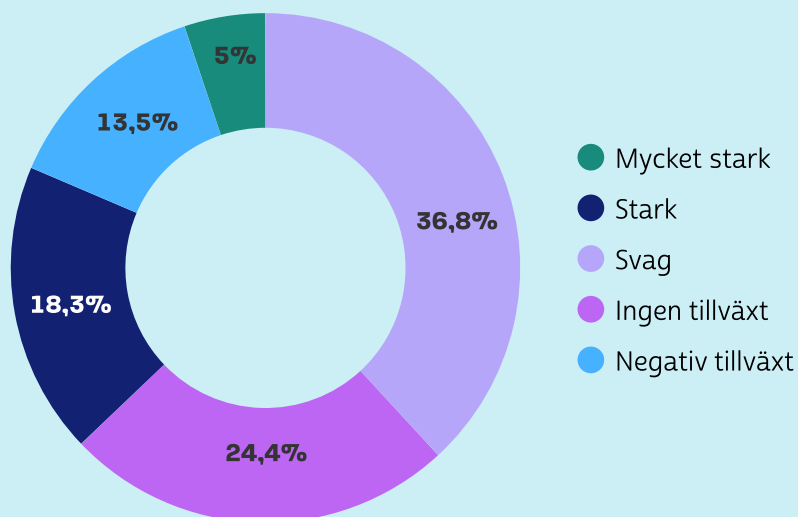
**8,1%**

Egen app

**3,7%**

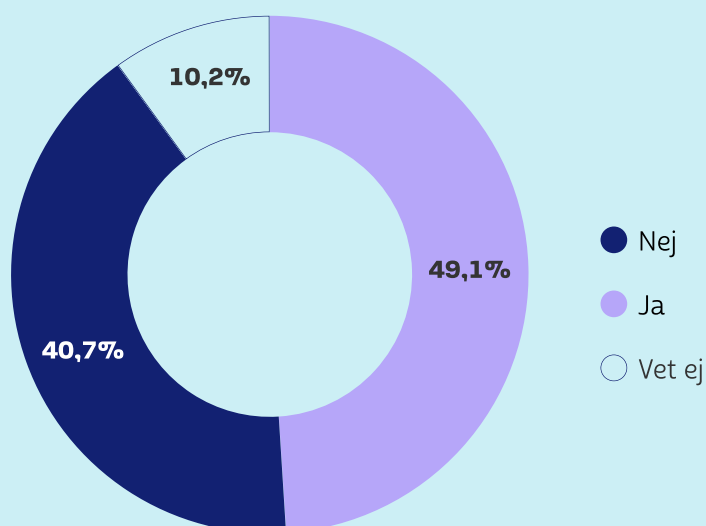
## Så blev e-handlarnas tillväxt föregående kvartal

Januari, februari, mars 2024



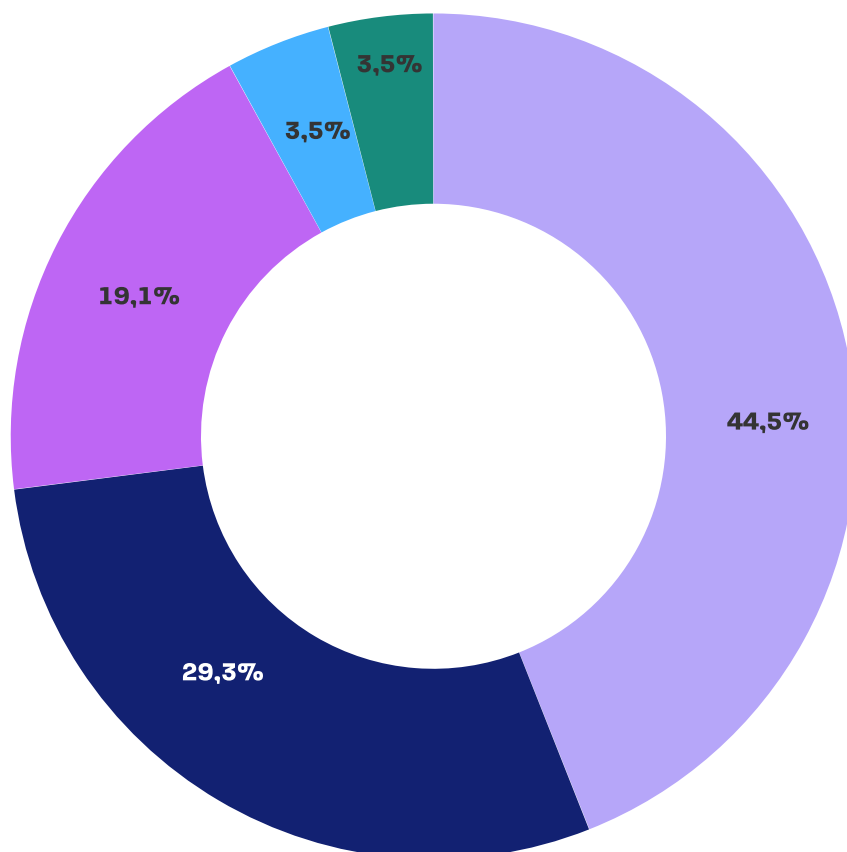
## Har verksamheten varit lönsam de senaste tre månaderna?

Januari, februari, mars 2024



# E-butikernas förväntade tillväxt under Q2

April, maj, juni 2024



● Mycket stark

● Stark

● Svag

● Ingen tillväxt

● Negativ tillväxt

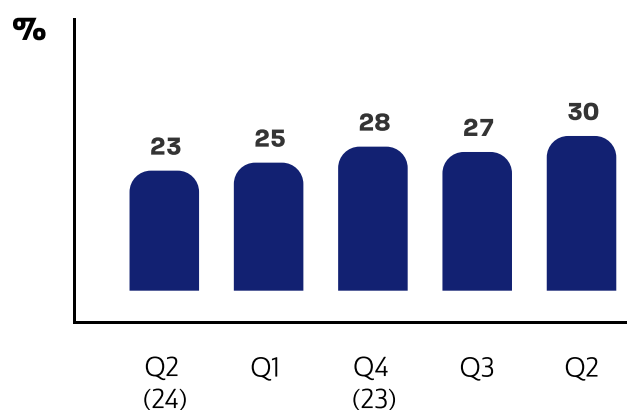
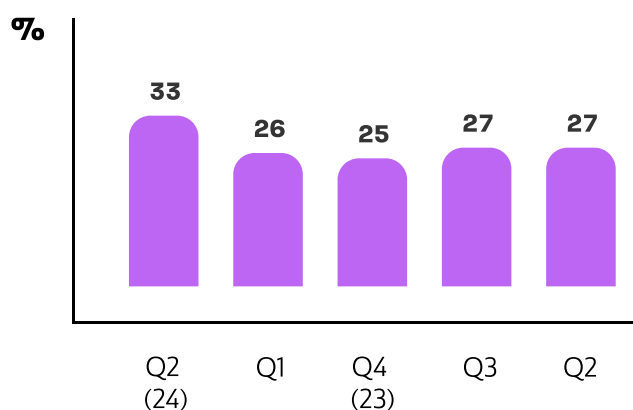




## Optimismen bland e-handlarna - den högsta på ett år

● Mycket hög + hög förväntad tillväxt

● Ingen + negativ förväntad tillväxt



“Ett bra sätt att följa hur branschen mår är att jämföra ytterligheterna när det gäller hur många som förväntar sig positiv eller negativ tillväxt. Här ställer vi andelen e-butiker som tror på hög eller mycket hög tillväxt mot de som tror på ingen eller negativ. Förra kvartalet talade vi om ett skifte – det verkade som att e-handeln höll på att vända. Detta kvartal ser vi samma sak men tendensen är ännu starkare. Positivismen vi ser för Q2 har vi inte sett på mer än ett år. Likaså är pessimismen inför årets andra kvartal den lägst uppmätta för samma tidsperiod.”

**Emma Lindgren**

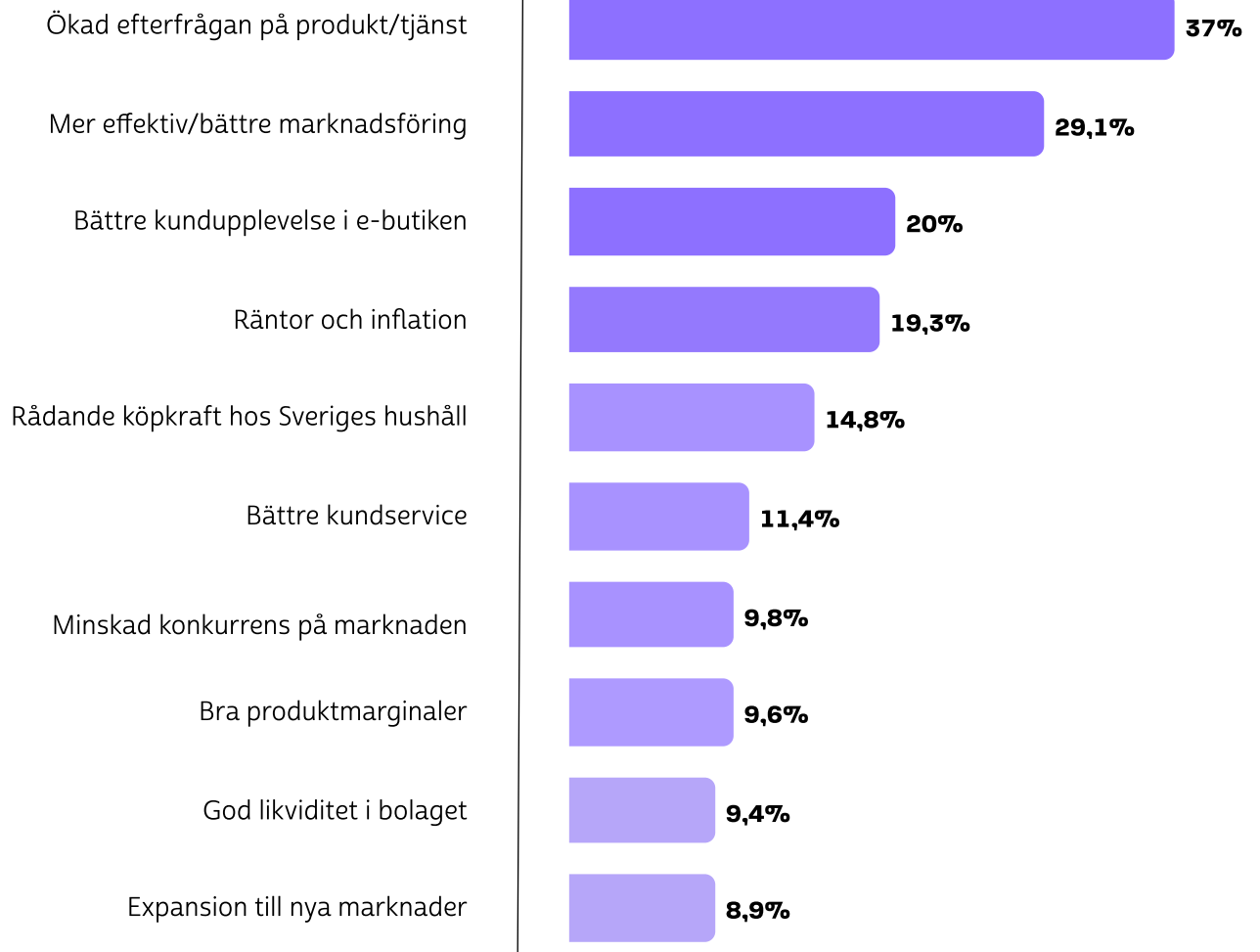
Expert på digitalisering & konsumtion, Svea Bank





# Topp tio: detta tror e-handelsbolagen kommer ha mest positiv påverkan på deras tillväxt under det andra kvartalet

April, maj, juni



# Topp tio: de faktorer som e-handlarna tror kommer påverka deras tillväxt mest negativt

April, maj, juni



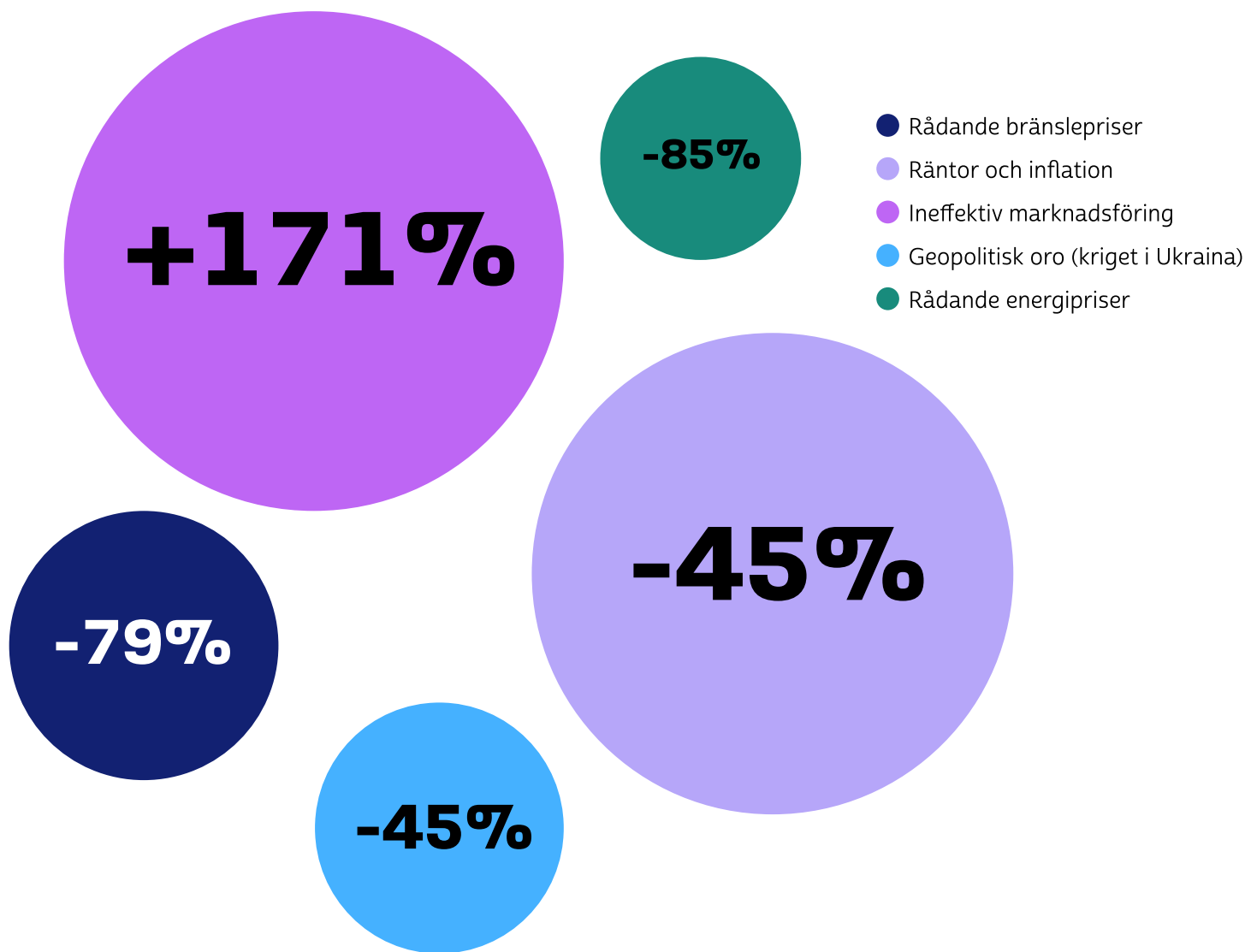
\*Nytt svarsalternativ

## Så svarade e-handlarna för ett år sedan - Q2 2023

67,1%	Rådande köpkraft	21,5%	Hårdare konkurrens på marknaden
58,4%	Räntor och inflation	20,3%	Kriget i Ukraina
37,6%	Höga energipriser	13,3%	Minskad efterfrågan på produkt/tjänst
33,1%	Höga bränslepriser	6,6%	Politiska beslut (ex. export- och importavgifter)

# De fem faktorer vars negativa påverkan ändrats mest på ett år

Visar procentuell förändring av svarsalternativet Q2 2024 mot Q2 2023



## Oro kopplat till omvärlden minskar

Vid Q2 2023 var andelen vars negativa påverkan kom från världsläge, energipriser och ekonomi högre än den är idag. Oron finns fortfarande kvar, men den har minskat. Nu växer istället fokus på de faktorer i den egna verksamheten som kan påverka negativt.



## Så förbereder sig e-handlarna inför det kommande kvartalet:



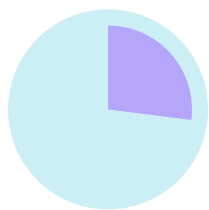
**38,3%**

Marknadsföring via SEO, Google-annonsering, banners, radio och liknande



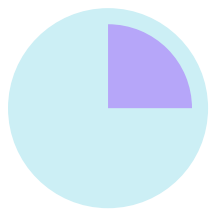
**33,1%**

Marknadsföring i sociala medier (t.ex annonsering på Meta, TikTok och influencersamarbeten)



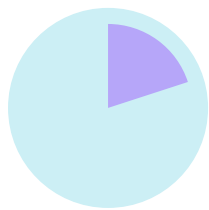
**27,7%**

Produktutveckling och/eller inköp av nya produkter



**25,6%**

Skala ned kostnader och/eller verksamhet



**20,6%**

Tillhandahålla fler rabatter och erbjudanden

# 02

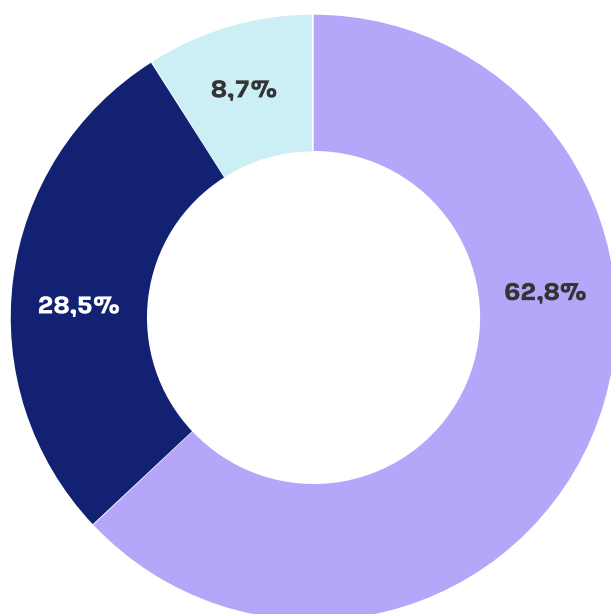
## AI och ny teknik

Den tekniska utvecklingen sker snabbt inom e-handeln, inte minst på grund av AI. Men hur utbrett är användandet av AI bland svenska e-handlare? Vilka utmaningar och möjligheter finns med tekniken som idag är på allas läppar? Och hur stor påverkan tror e-handlarna att AI kommer att ha på branschen? Det har vi undersökt i denna upplaga av E-handelsläget.



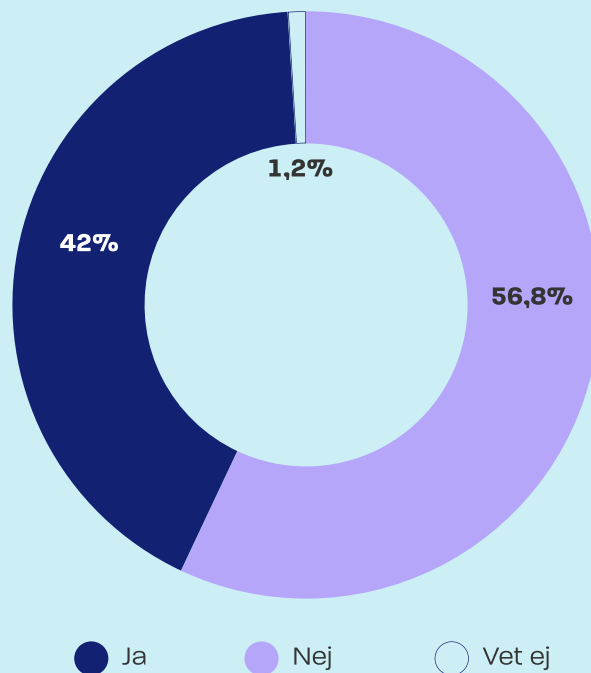


**Den tekniska utvecklingen sker snabbt inom e-handeln, känner du dig stressad över att inte hinna med i utvecklingen av nya innovationer och tekniker?**

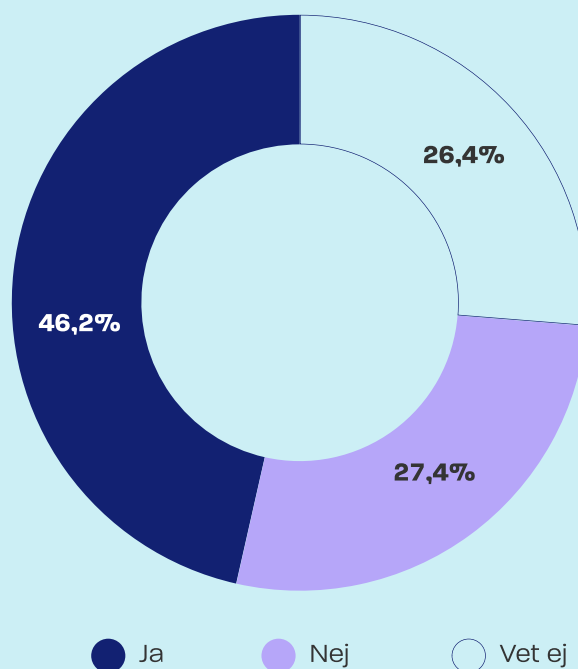


● Ja    ● Nej    ● Vet ej

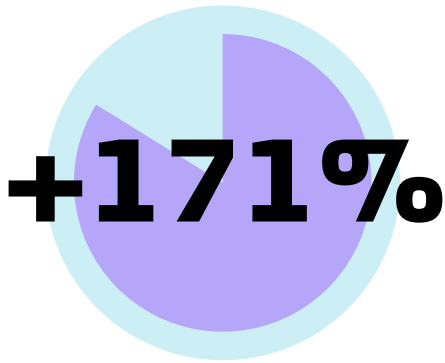
## Så många e-butiker har använt AI i verksamheten det senaste året



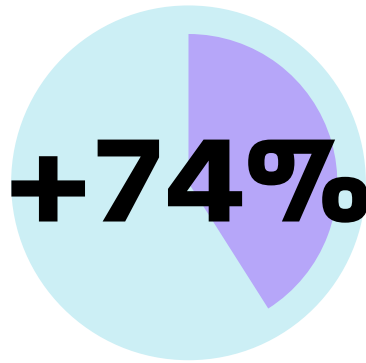
## Andel e-handlare som kommer att investera i AI kommande år



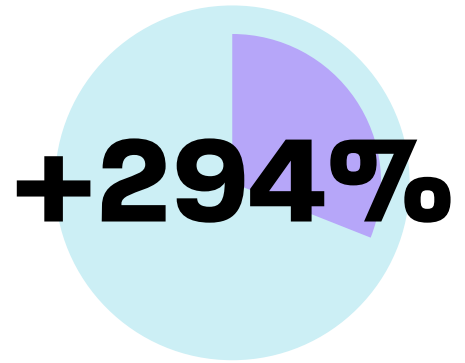
## Topp fem: hur använder e-handelsbolagen AI?



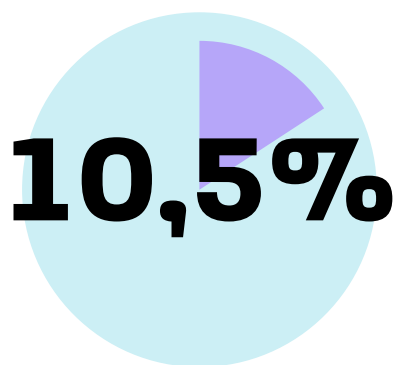
Textproduktion



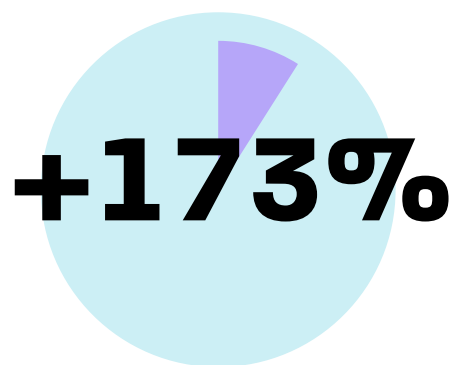
Göra research



Redigera eller skapa filmer  
och/eller bilder



Produktutveckling



Ersätta arbetsuppgifter vi  
tidigare köpt in/som  
utförts av anställda

### E-butikers användning av AI har ökat kraftigt på ett år

Sedan föregående mätning 2023 har andelen e-butiker som använder AI ökat. Det gäller också vad man använder det till - de som använder AI gör det nu inom fler områden. Bland de handlare som använt den nya tekniken senaste året har fyra av fem producerat text och en av tio har utvecklat produkter. Användandet av AI för redigering av bild/film har växt mest - och nära tredubblats.



# Vad upplever e-handlarna har varit de främsta effekterna av att använda AI?

Effektivare marknadsföring

**31,3%**

Kostnadsbesparingar

**29,8%**

Effektivare interna processer

**27,4%**

Möjlighet att fokusera mer på kärnverksamheten

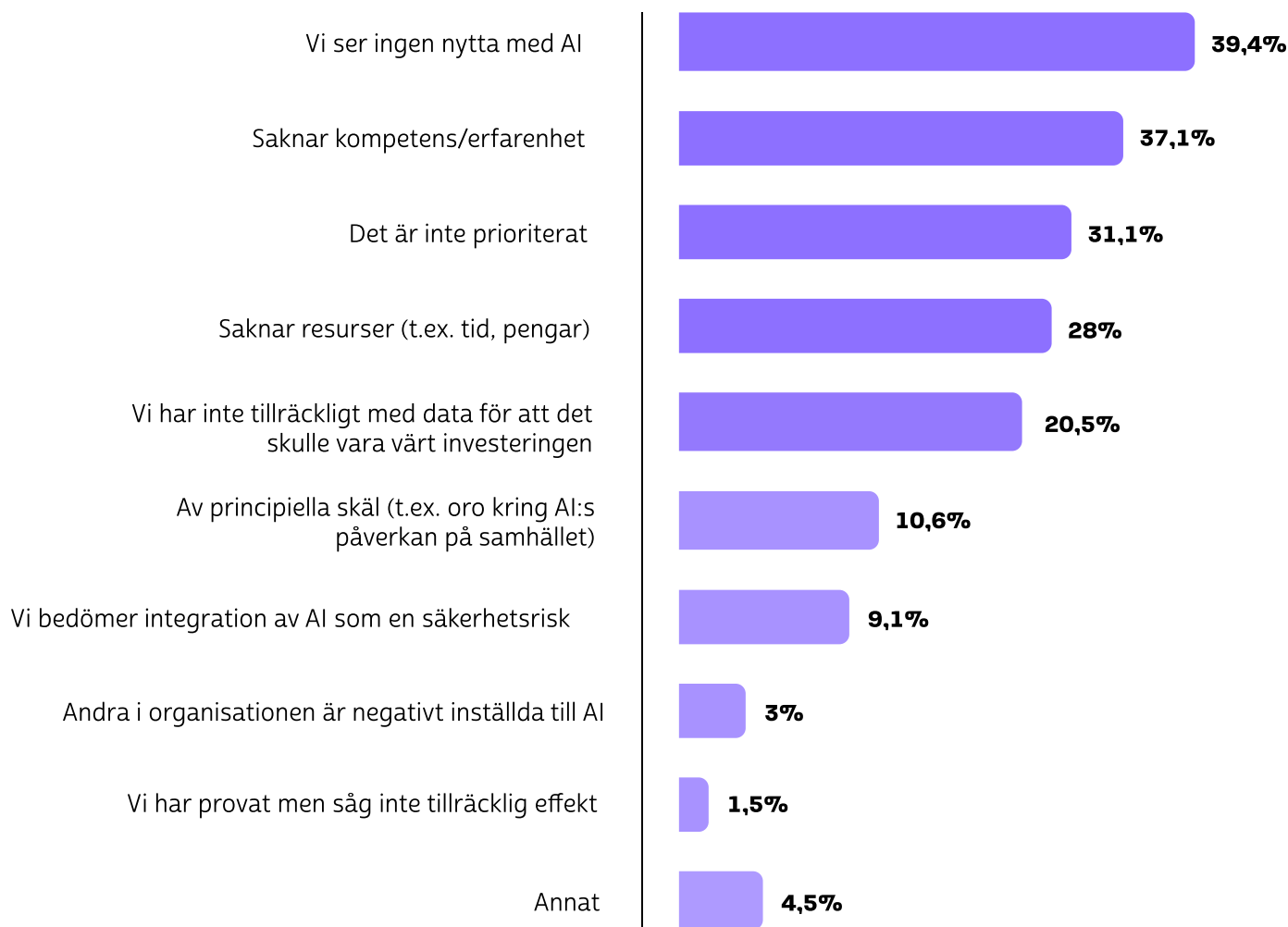
**13,9%**

Ökad försäljning

**9,6%**



# En av fyra e-butiker har inga planer på att använda AI det närmsta året - dessa är anledningarna



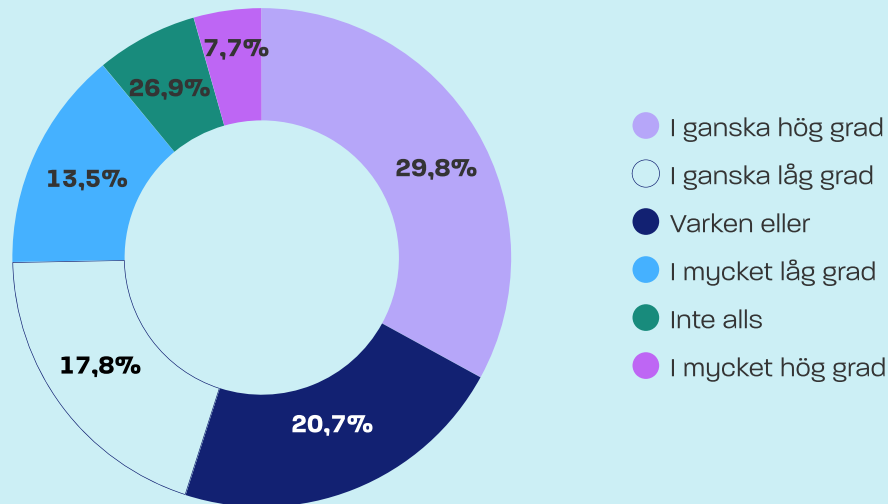
“Att ny teknik skapar osäkerhet är inget ovanligt. Av allt att döma är dock AI här för att stanna. Vi ser även att många av de som använder tekniken upplever positiva effekter. Man måste inte implementera artificiell intelligens i e-butiken men man bör känna till de effekter bolag som använder AI upplever. Likaså vilka utmaningar tekniken har och hur användningen utvecklas inom e-handeln. På så sätt kommer de beslut man tar i AI-frågan alltid vara välgrundade.”

## Emma Lindgren

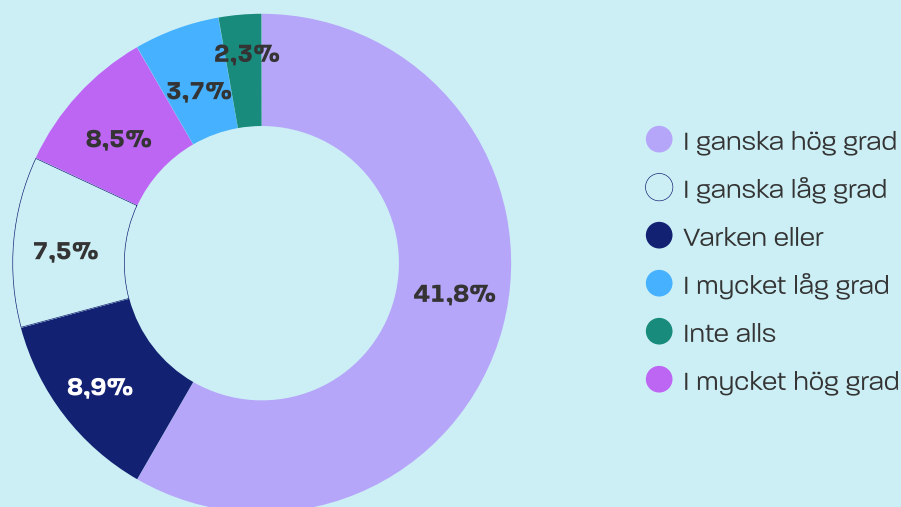
Expert på digitalisering & konsumtion, Svea Bank



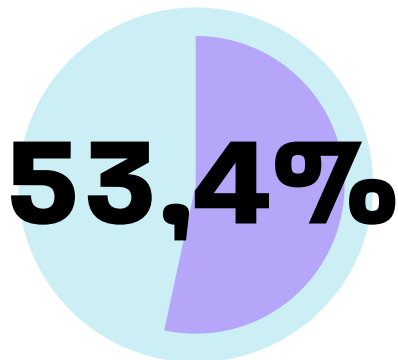
## I vilken grad tror du att er verksamhet kan bli/har blivit mer lönsam av att använda AI?



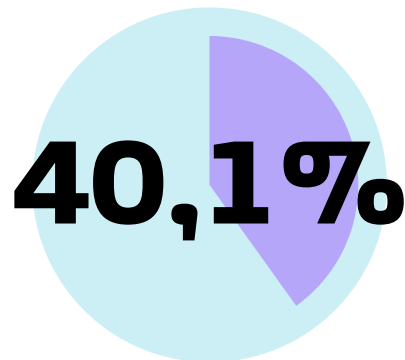
## I vilken grad tror du att e-handlare generellt sett kan bli mer lönsamma av att använda AI?



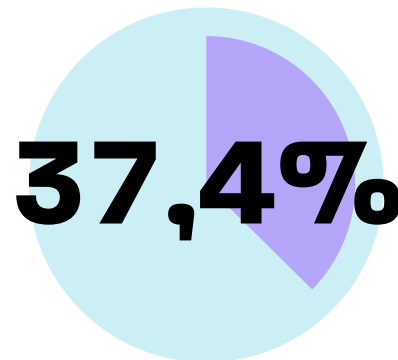
# Topp fem: instämmer du med något eller några av följande påståenden?



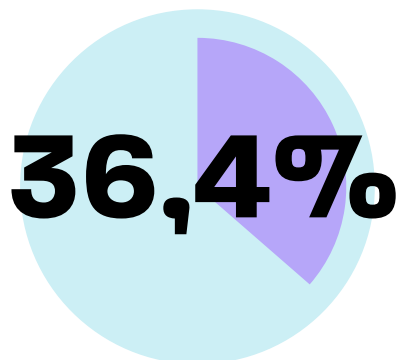
AI kommer i framtiden vara något vi använder dagligen



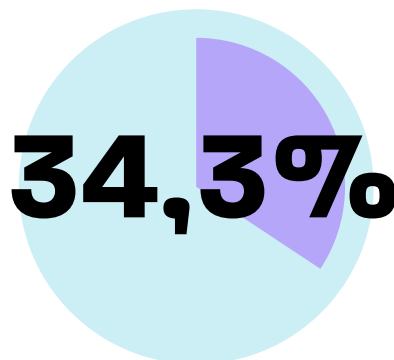
AI kommer ersätta arbetsuppgifter och personal



AI är en säkerhetsrisk



AI kommer förändra världen



Inom tre år kommer alla e-butiker använda någon form av AI

## Resterande topplista/svarsalternativ

28,5% På sikt kommer konsumenter använda AI-tjänster (t.ex. Chat GPT) för att e-handla

26,4% AI har gjort mitt arbete lättare

25,2% Att synas i sökmotorer (Google, Bing, etc) kommer på sikt konkurreras ut av synlighet i AI-söktjänster (t.ex. Chat GPT)

24,3% AI kommer rita om kartan för handel och e-handel

23,9% E-butiker som inte använder AI riskerar att förlora konkurrenskraft på sikt

18,3% Jag vill att AI:s utveckling ska gå långsammare

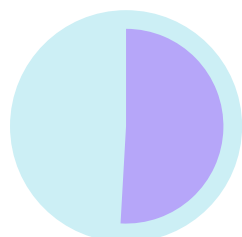
4,6% Jag vill att AI:s utveckling ska gå snabbare

3,3% AI är en övergående trend

5,6% Instämmer inte med något av ovanstående

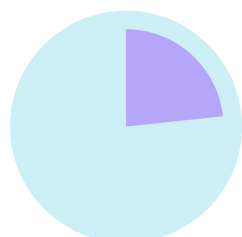
# Om du blickar framåt fem år - hur stor påverkan tror du AI kommer ha haft på e-handeln?

Genom rapporten har vi fått ta del av statistik som belyser både för- och nackdelar med AI - och att e-handlarnas inställning till tekniken skiljer sig väsentligt i vissa avseenden. Men när det gäller framtiden är de allra flesta överens. AI kommer ha stor påverkan på e-handeln.



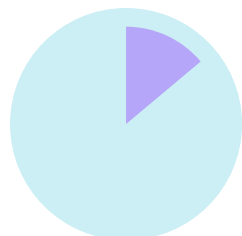
**50,9%**

Ganska stor påverkan



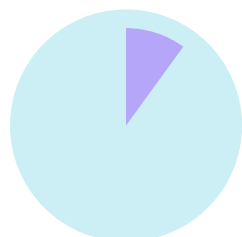
**23,3%**

Väldigt stor påverkan



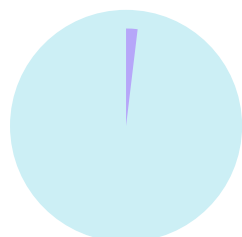
**13,9%**

Vet ej



**10%**

Liten påverkan



**1,9%**

Ingen påverkan

# Sammanfattning

## Optimismen ökar ytterligare bland Sveriges e-handlare

Läget blir allt mer positivt bland svenska e-handlare. Tron på tillväxt inför Q2 är den högsta på mer än ett år. Samtidigt har pessimismen sjunkit och är den lägsta sedan 2022.

## E-handlare som använder AI ser positiva effekter

Nära en tredjedel av de som använder tekniken i verksamheten upplever kostnadsbesparingar. Ungefär lika många anger att de fått mer effektiva interna processer. Dessutom upplever 31 procent att AI effektiviserat marknadsföringen.

## AI-teknik vinner mark bland svenska e-handelsbolag

Andelen e-handlare som använder den nya tekniken ökar. Nu använder man också AI inom fler områden än man gjorde för ett år sedan (2023). Framförallt till text- och bildproduktion, men också exempelvis research och produktutveckling.

## De flesta e-butiker tror att AI kommer ha stor påverkan på e-handeln – trots det väljer vissa bort tekniken helt

Sju av tio e-butiker tror att AI kommer att ha en stor inverkan på e-handeln inom fem år. Det är fler än de som faktiskt planerar att använda, eller redan använder, tekniken. Endast 2 procent tror att AI inte kommer att ha någon påverkan alls. Det finns en diskrepans mellan hur viktig e-butikerna anser att AI är för branschen och hur många som faktiskt planerar att använda tekniken. De som väljer bort AI gör det bland annat på grund av bristande kompetens, principiella skäl och säkerhetsoro.



## Kompletterande information om innehåll och statistik

E-handelsläget visar insikter baserade på svaren från 481 svenska e-handlare i Sveas kundpanel. Undersökningen genomfördes mellan den 8 april och 17 maj 2024.

Svarsalternativet ”vet ej” redovisas endast på de frågor där övriga alternativ är ja och nej. Vid vissa av frågorna kan e-butikerna ange samtliga alternativ som stämmer överens med deras situation/inställning. Därför överstiger vissa av frågorna mer än 100 procent när alternativen summeras.

Vid de frågor där resultatet presenteras som ”topp fem”, ”de tio främsta” etc, redovisas ej alternativen vars svarsandel är lägre än de listade.



# e-handelsläget

**För ytterligare information, kontakta:**

Emma Lindgren - Expert på digitalisering & konsumtion, Svea Bank  
[emma.lindgren@svea.com](mailto:emma.lindgren@svea.com)