



96 % av konsumenterna använder sig av erbjudanden och rabatter när de handlar dagligvaror.

Dubbelt så många konsumenter vill ta emot erbjudanden och rabatter via en app i sin mobiltelefon jämfört med idag.



2015-11-13 08:00 CET

Digitala erbjudanden kan öka julhandeln

Nästan alla utnyttjar erbjudanden och rabatter när de handlar dagligvaror. I framtiden vill närmare hälften få dem digitalt, i stället för i pappersform. Det visar en ny studie om digitala och mobila köpbeteenden som HUI Research genomfört på uppdrag av Visma Retail.

– Det är tydligt att konsumenter är positiva till mer digitala och mobila shoppinglösningar. Julen står för dörren och vi är övertygande att julhandeln ökar med personliga erbjudanden och rabatter direkt i mobilen. Det både inspirerar och underlättar för konsumenter i planeringen av såväl julklappar som mat till julbordet, säger Peter Fischer, divisionsdirektör på Visma Retail.

Erbjudanden och rabatter är i dag en viktig del av svenskarnas vardag. Undersökningen visar att hela 96 procent uppger att de använder sig av erbjudanden och rabatter när de handlar dagligvaror. Varav 35 procent alltid gör det och 61 procent gör det ibland.

Konsumenterna vill ha mer erbjudanden i mobilen

Erbjudanden, rabatter och kundkort är områden där konsumenter vill bli mer digitala framöver. Idag tar två av tio svenskar, 19 procent, emot erbjudanden och rabatter via en app i sin smartphone. Framöver vill dubbelt så många, 42 procent, kunna ta emot dessa i en app. Studien visar även att en tredjedel, 33 procent, vill ta emot erbjudanden och rabatter som sms i mobiltelefonen.

– Med digitaliseringen kan handeln ta fram mer träffsäkra och personliga erbjudanden som inte bara stärker shoppingupplevelsen, utan även ökar kundnöjdheten och lojaliteten, säger Lena Larsson, vd på HUI Research.

– Mobila shoppinglösningar kommer, rätt hanterade, att bli viktiga verktyg för denna utveckling, tillägger Peter Fischer

Samtidigt minskar efterfrågan på att ta emot erbjudanden i pappersformat. Hela åtta av tio, 77 procent, anger att de i dag tar emot erbjudanden i pappersformat. Men samtidigt vill bara knappa fem av tio, 45 procent, göra det i framtiden. Detta tyder på att konsumenter hellre lämnar utrymme för att ta emot erbjudanden genom digitala kanaler framöver.

För mer information kontakta

Peter Fischer, Divisionsdirektör på Visma Retail, 070-350 61 16,
peter.fischer@visma.com

Andreas Svensson, Senior konsult på HUI Research, 08-762 72 85,
andreas.svensson@hui.se

Definitioner:

Digitalisering i dagligvaruhandeln syftar till den tekniska utveckling som innebär att digitala och mobila shoppinglösningar (se definition nedan) introduceras. Det kan handla om bland annat e-handel, mobiltelefonens växande roll i shoppingen, appar, digitala skyltfönster, självscanning och självbetjäningsskassor.

Digitala och mobila shoppinglösningar är verktyg/funktioner som antingen är

stationära eller portabla och som underlättar för konsumenter i köpprocessen. Exempel på stationära digitala shoppinglösningar i dagligvaruhandeln är digitala skärmar i butik och självbetjäningsskassor. Exempel på mobila shoppinglösningar är applikationer i en mobil telefon, e-handel, och självscanningsdosor

Visma gör verksamheter mer effektiva, genom att leverera programvara, outsourcingtjänster, inköpslösningar, inkassotjänster, butiksdatalösningar samt IT-relaterad utveckling och konsultverksamhet. Vi förenklar och automatiserar verksamhetsprocesser både inom privat och offentlig sektor. 400 000 nordeuropeiska kunder använder våra produkter och tjänster, och ytterligare 330 000 använder oss som hostingpartner. Vi är 6 700 anställda och omsatte 7 100 miljoner norska kronor 2014.

Kontaktpersoner



Malin Carlson

Presskontakt

PR & kommunikationsansvarig Visma Sverige

malin.carlson@visma.com

+46 730 86 93 73