

D **I** Handel

B2B e-handelsanalyse 2017

Din branches e-handel

Gennemført i samarbejde med EPINION

EPINION

Din branches e-handel

Analysen er en opfølgning til DI Handels store B2B e-handelsanalyse, som er gennemført af Epinion. Analysens grundlag er således dannet på baggrund af interviews med 808 B2B virksomheder.

Denne analyse zoomer ind på hhv. fremstillings-, engros- og detailvirksomhedernes e-handel. Analysen berører bl.a. emner som, hvor mange års erfaringer de forskellige brancher har med e-handel, hvor stor en andel e-handel udgør af virksomhedernes totale omsætning, barriererne for at videreudvikle e-handel og ikke mindst gevinsterne ved e-handel.

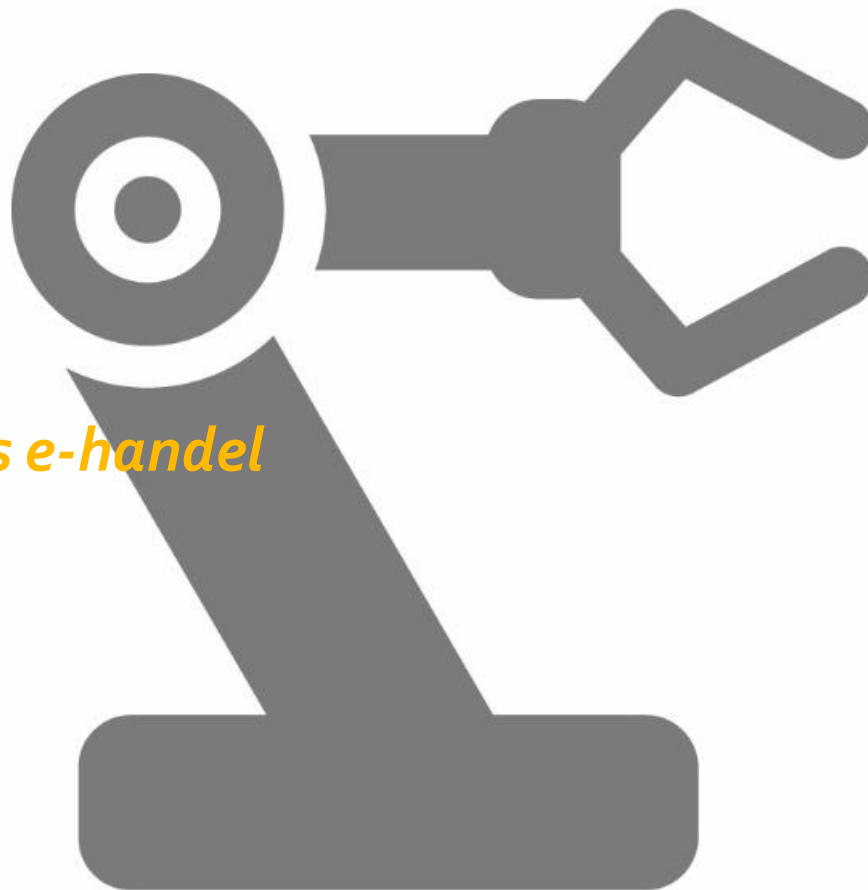
Analysen giver dig mulighed for sammenholde din egen virksomheds erfaringer med e-handel i forholdet til dine branchekolleger.

I analysen skelner vi mellem små/mellem virksomheder, der har under 50 ansatte og store virksomheder med over 50 ansatte.

God læselyst!



Fremstillingsvirksomhedernes e-handel



Resume af fremstillingsvirksomhedernes e-handel

→ *E-handel i tal*

De små/mellemstore fremstillingsvirksomheder, har drevet websalg i længere tid (6,8 år) end de store (5,9 år). E-handelsomsætningen udgør også en større andel (27%) af de små virksomheders totale omsætning end de store (22%). 35% af de små fremstillingsvirksomheders e-handelsomsætning kommer endvidere fra B2C salg.

→ *Gevinster og barrierer for e-handel*

De små/mellemstore fremstillingsvirksomheder, der omstiller sig digitalt, oplever nye kunder og en større loyalitet blandt de eksisterende, mens de store fremstillingsvirksomheder påpeger, at styrket brand samt større viden om kundernes behov og ønsker er de største årsager til digitalisering af salget.

Komplekse produkter er den absolut største barrierer for at komme i gang med e-handel i både store og små/mellemstore fremstillingsvirksomheder.

→ *Fremstillingsvirksomhedernes syn på den digitale udvikling*

De store fremstillingsvirksomheder er drevet af et ønske om ikke at være afhængige af de store engros- og detailvirksomheder. Digitalt salg er således en mulighed for at gå uden om de mellemed, virksomhederne i dag sælger igennem.

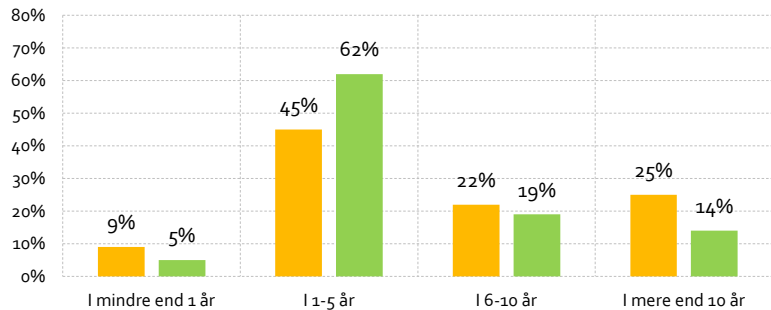
Fremstillingsvirksomhederne er den branche, der ser størst potentiale i digital handel, da de mener, at det åbner muligheder for sælge via nye salgskanaler og nå nye kundegrupper. 39% af de store fremstillingsvirksomheder mener således, at de allerede sælger via nye distributionskanaler velvidende, at der er tale om kanalkonflikt med deres eksisterende kunder

Fremstillingsvirksomhedernes e-handel i tal

Antal års erfaring med websalg

Gns. alder
6,8 år

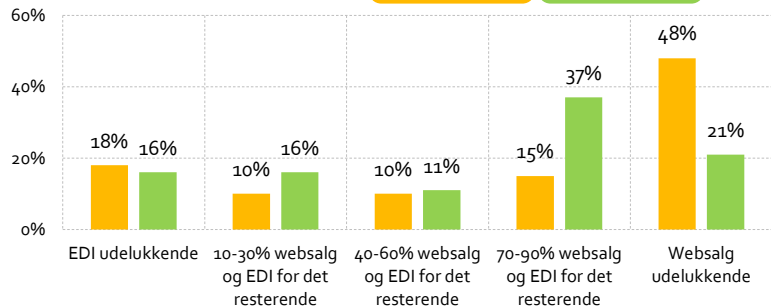
Gns. alder
5,9 år



Fordeling mellem web- og EDI-salg

Gns. andel
EDI: 33%
WEB: 67%

Gns. andel
EDI: 40%
WEB: 60%



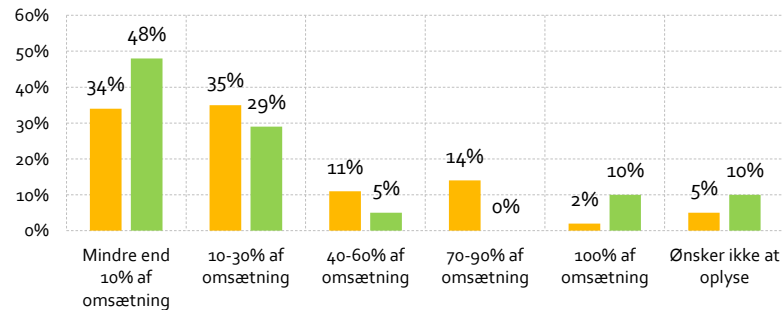
Små virksomheder
Færre end 50 ansatte

Store virksomheder
Flere end 50 ansatte

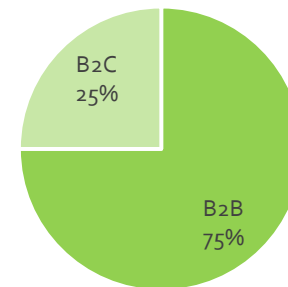
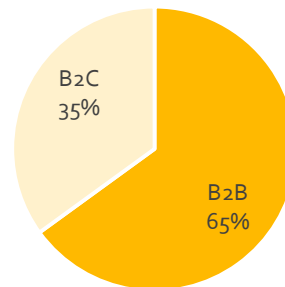
E-handel som procentdel af samlet omsætning

Gns. andel
27%

Gns. andel
22%

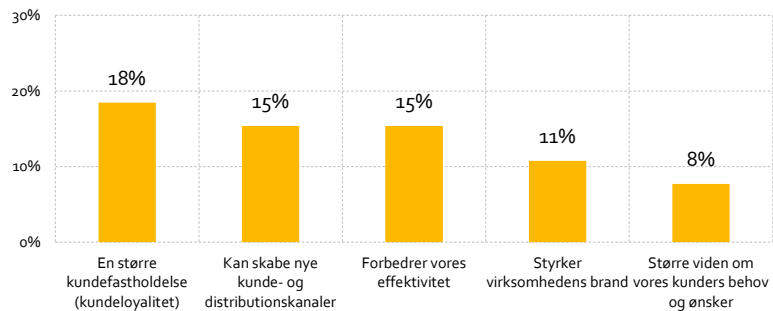


Fordeling af e-handelsomsætningen mellem B2B og B2C markedet

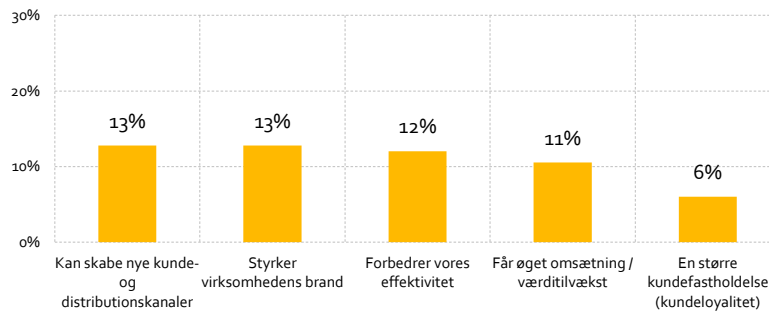


Top 5 årsager til at digitalisere hos fremstillingsvirksomhederne

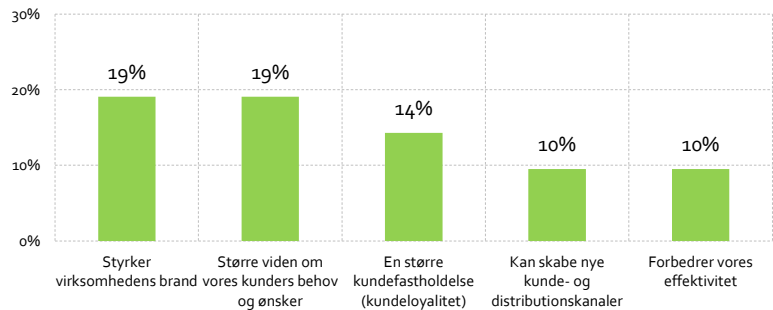
Små fremstillingsvirksomheder MED websalg



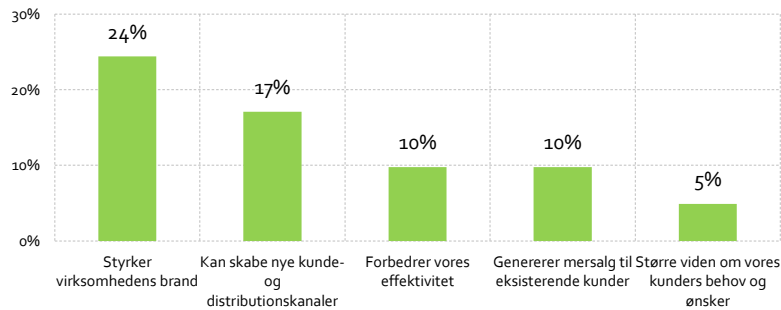
Små fremstillingsvirksomheder UDEN websalg



Store fremstillingsvirksomheder MED websalg

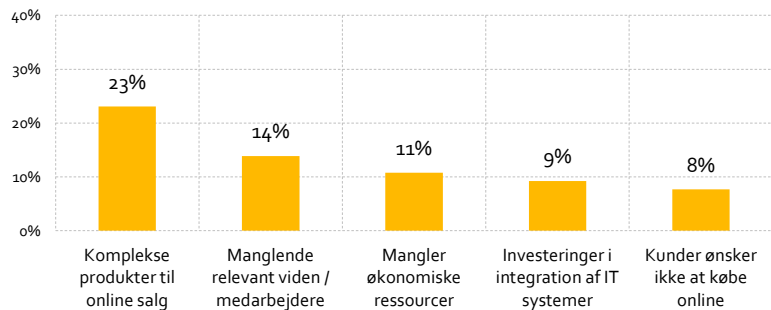


Store fremstillingsvirksomheder UDEN websalg

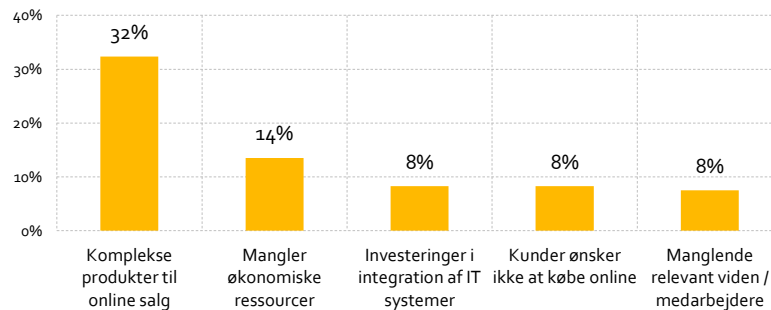


Top 5 barrierer til at udvikle/starte e-handel hos fremstillingsvirksomhederne

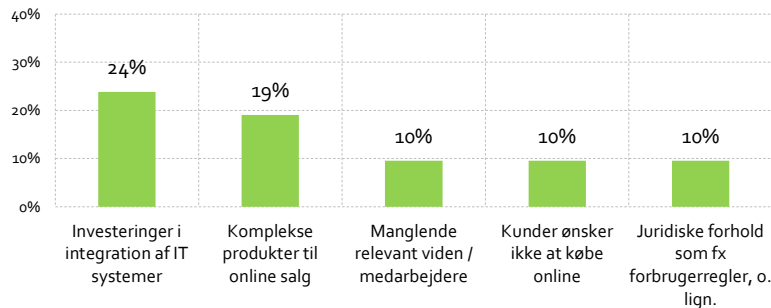
Små fremstillingsvirksomheder MED websalg



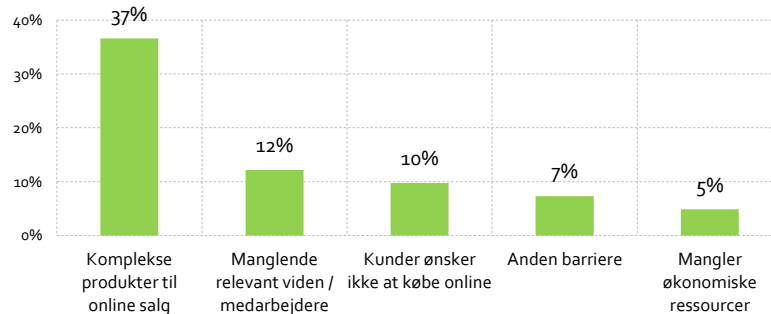
Små fremstillingsvirksomheder UDEN websalg



Store fremstillingsvirksomheder MED websalg

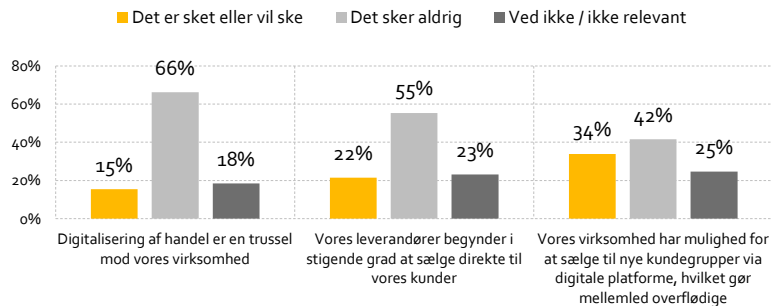


Store fremstillingsvirksomheder UDEN websalg

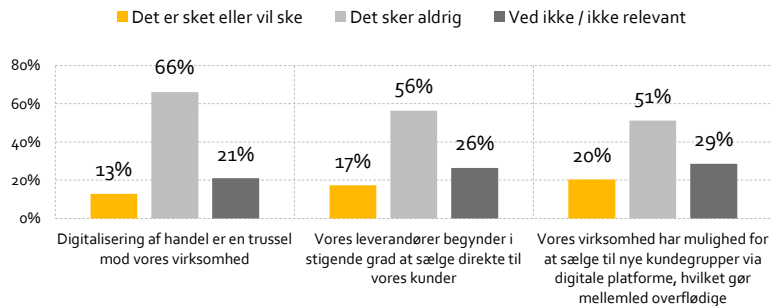


Fremstillingsvirksomhedernes syn på markedets udvikling

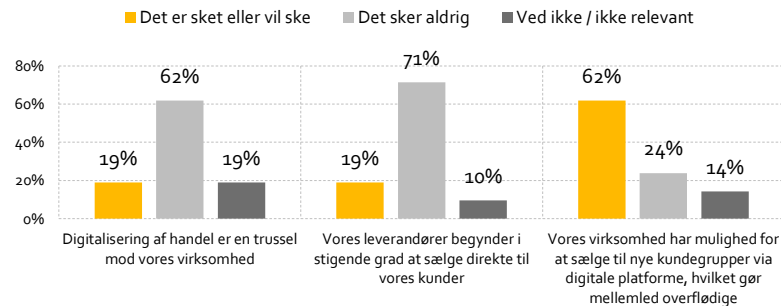
Små fremstillingsvirksomheder MED websalg



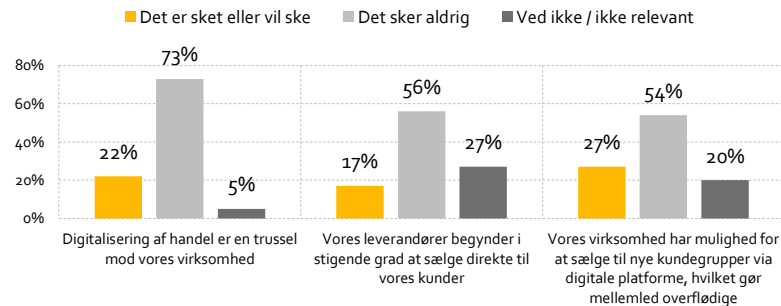
Små fremstillingsvirksomheder UDEN websalg



Store fremstillingsvirksomheder MED websalg



Store fremstillingsvirksomheder UDEN websalg



Engrosvirksomhedernes e-handel



Resume af engrosvirksomhedernes e-handel

→ *E-handel i tal*

De store engrosvirksomheder har en del mere erfaring med e-handel (7,1 år) end de små/mellemstore (5,6 år). De små/mellemstore engrosvirksomheder er således den branchegruppe med mindst e-handels erfaring. De mange erfaringer hos de store virksomheder afspejler sig i den grad i deres e-handelsomsætning. De store engrosvirksomheders e-handelsomsætning udgør 34% af virksomhedernes totale omsætning og er således den branchegruppe med den største andel.

→ *Gevinster og barrierer for e-handel*

Forbedring af virksomhedernes effektivitet er den største gevinst for engrosvirksomhederne med websalg, både store og små. Virksomheder uden websalg forestiller sig derimod, at den vigtigste årsag til websalg er at skabe nye kunde- og distributionskanaler.

De interne barrierer såsom silotænkning og manglende vilje til at investere langsigtet er de største hindringer for at videreudvikle e-handel i engrosvirksomheder med websalg. Og som fremstillingsvirksomhederne, er de komplekse produkter den største barriere for virksomheder uden websalg, for at komme i gang med e-handel. Denne barriere gælder både de små/mellemstore og store engros virksomheder uden websalg.

→ *Engrosvirksomhedernes syn på den digitale udvikling*

For at kunne konkurrere i en digital tid skal de små/mellemstore engrosvirksomheder, kunne tilbyde andet end produkter og lave priser. Store engrosvirksomheder er langt fremme i forhold til den digitale indsats, men mærker også kravet til omstilling på grund af opbrud i de traditionelle værdikæder.

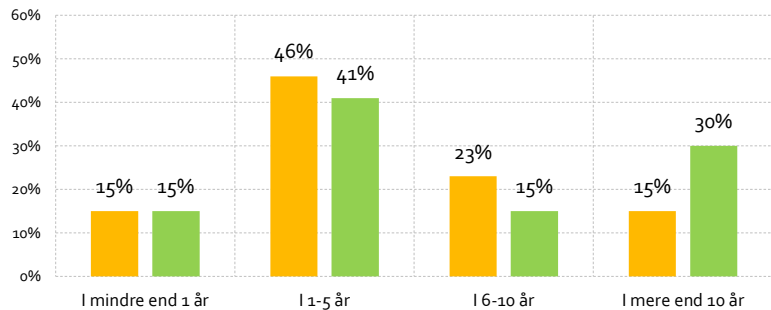
På trods af, at de store engrosvirksomheder er langt fremme med digitaliseringen, så føler knap 4 ud af 10 virksomheder sig udfordret af, at deres leverandører sælger direkte til deres kunder.

Engrosvirksomhedernes e-handel i tal

Antal års erfaring med websalg

Gns. alder
5,6 år

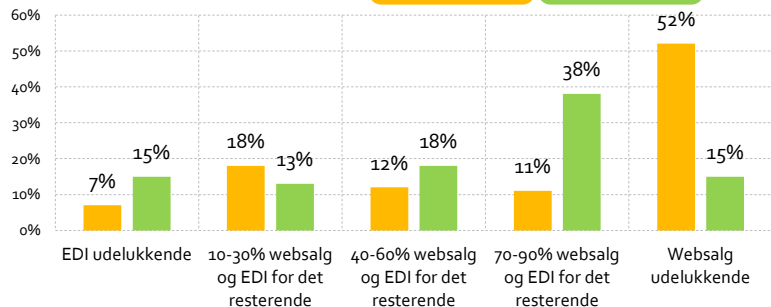
Gns. alder
7,1 år



Fordeling mellem web- og EDI-salg

Gns. andel
EDI: 30%
WEB: 70%

Gns. andel
EDI: 41%
WEB: 59%



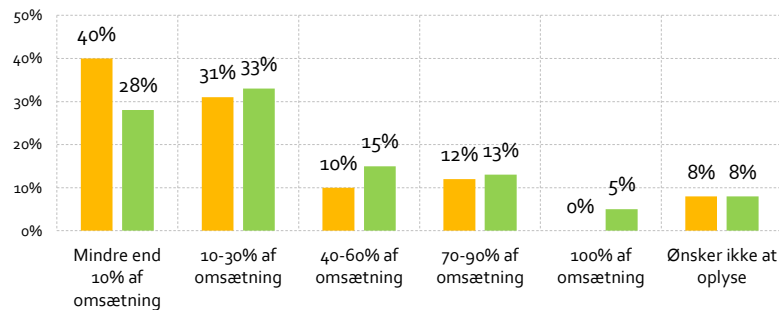
Små virksomheder
Færre end 50 ansatte

Store virksomheder
Flere end 50 ansatte

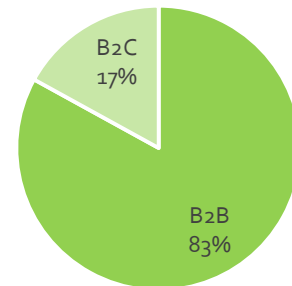
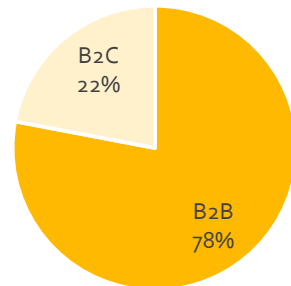
E-handel som procentdel af samlet omsætning

Gns. andel
25%

Gns. andel
34%

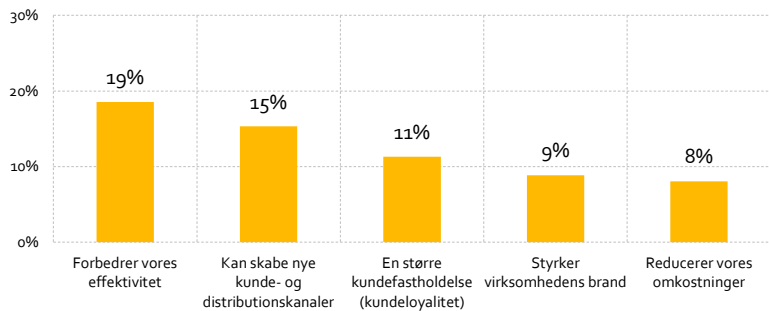


E-handelsomsætningsfordeling mellem B2B og B2C markedet

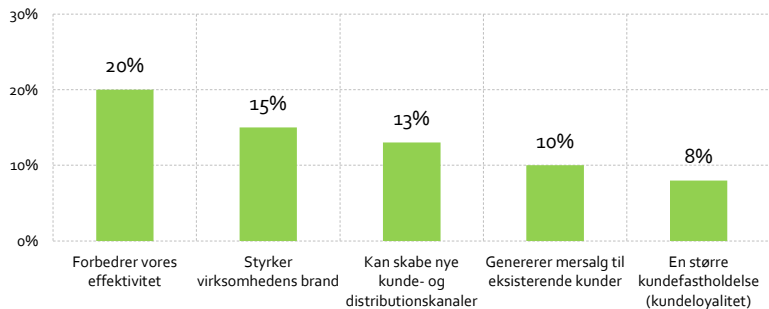


Top 5 årsager til at digitalisere hos engros virksomhederne

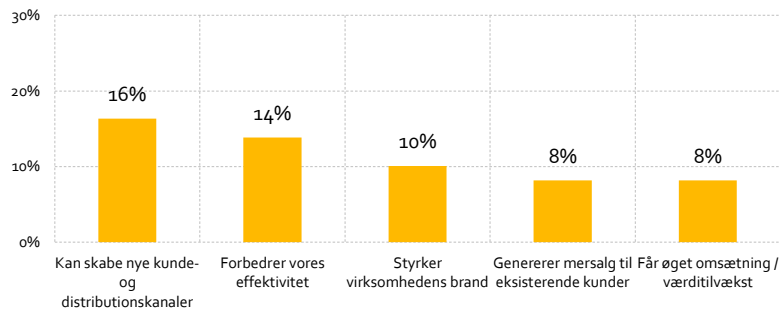
Små engrosvirksomheder MED websalg



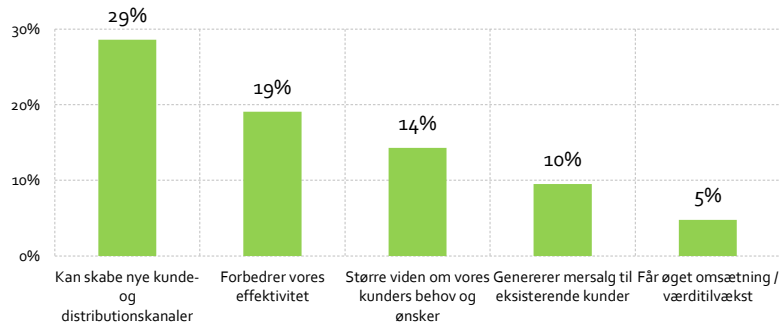
Store engrosvirksomheder MED websalg



Drivere for digitalisering og digitalt salg (Top 5)

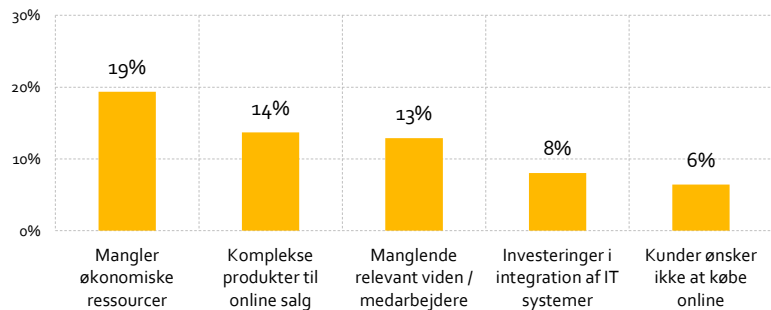


Store engrosvirksomheder UDEN websalg

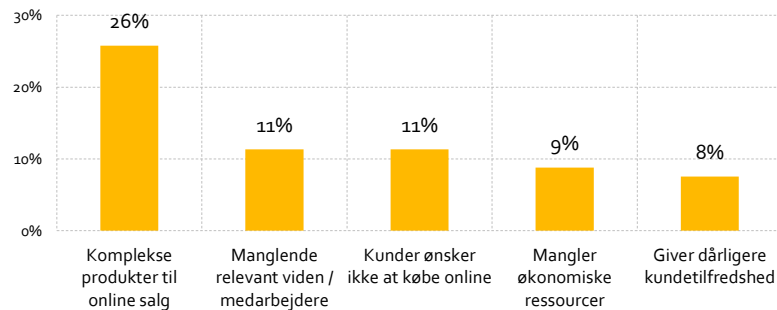


Top 5 barrierer til at udvikle/starte e-handel hos engros virksomhederne

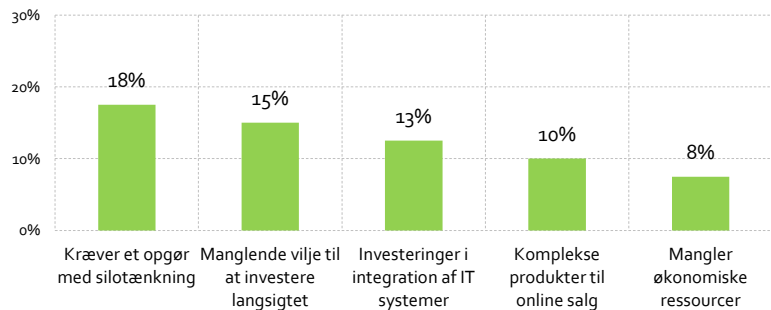
Små engrosvirksomheder MED websalg



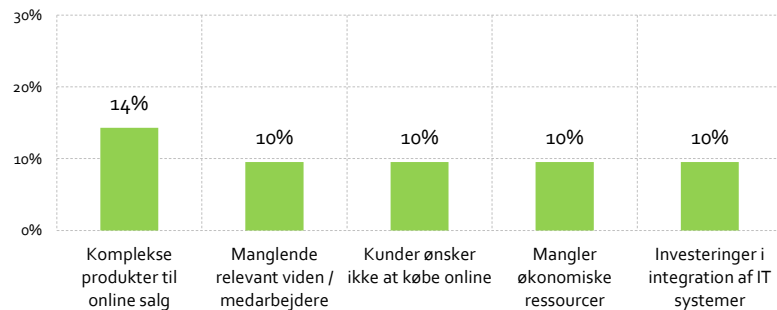
Små engrosvirksomheder UDEN websalg



Store engrosvirksomheder MED websalg

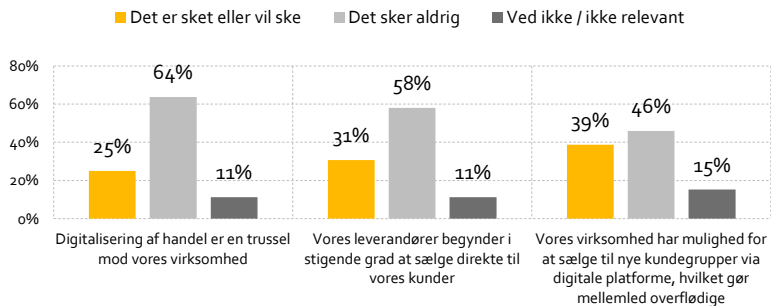


Store engrosvirksomheder UDEN websalg

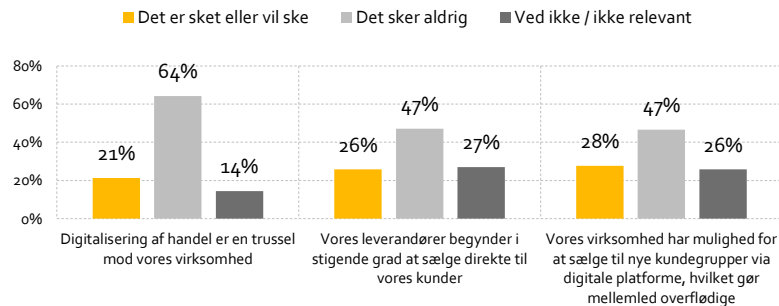


Engrosvirksomhedernes syn på markedets udvikling

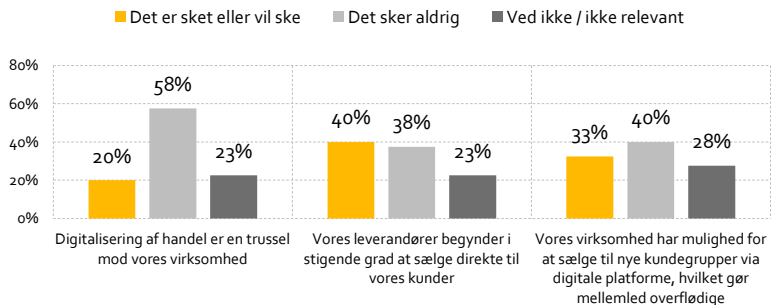
Små engrosvirksomheder MED websalg



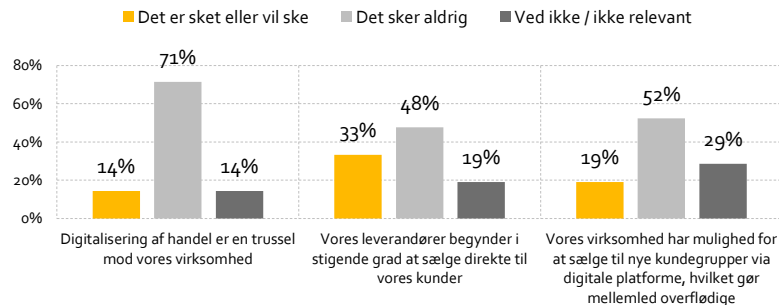
Små engrosvirksomheder UDEN websalg



Store engrosvirksomheder MED websalg



Store engrosvirksomheder UDEN websalg



Detailvirksomhedernes e-handel



Resume af detailvirksomhedernes e-handel

→ *E-handel i tal*

Detailhandlen er den branche, hvor erfaringer med websalg er på nogenlunde samme niveau, uagtet om de er små eller store, hhv. 6,6 og 6,2 år. Det samme gøres sig gældende for e-handelsomsætningens andel af virksomhedernes samlede omsætning hhv. 29% og 28%.

Kendetegnet med de små/mellemstore detailvirksomheder er, at deres e-handelsomsætning fordeler sig med 85% websalg og kun 15% EDI. Det er den største andel af websalg blandt alle branchegrupper.

→ *Gevinster og barrierer for e-handel*

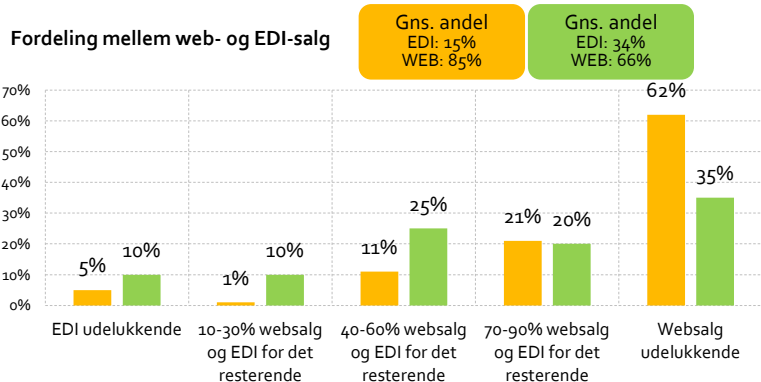
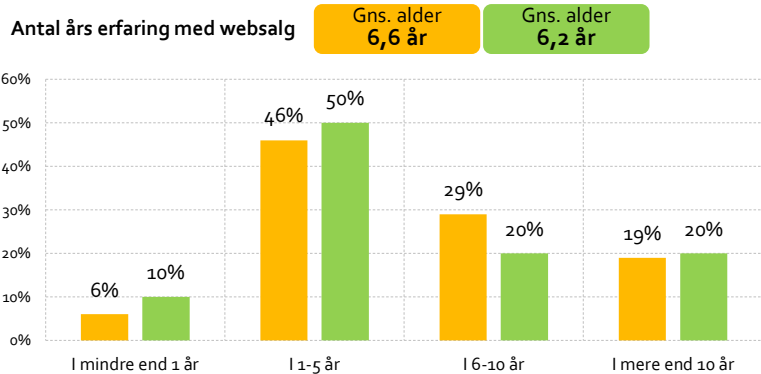
De små/mellemstore virksomheders med e-handel nævner nye kunde- og distributionskanaler som værende deres vigtigste årsag til digitalisering af salget, mens de store virksomheder vinder på forbedring af deres effektivitet.

Investeringer i IT-systemer er den største barriere for de små detailvirksomheder, for at videreudvikle deres e-handel, mens de store detailvirksomheder nævner de manglende økonomiske ressourcer.

→ *Detailvirksomhedernes syn på den digitale udvikling*

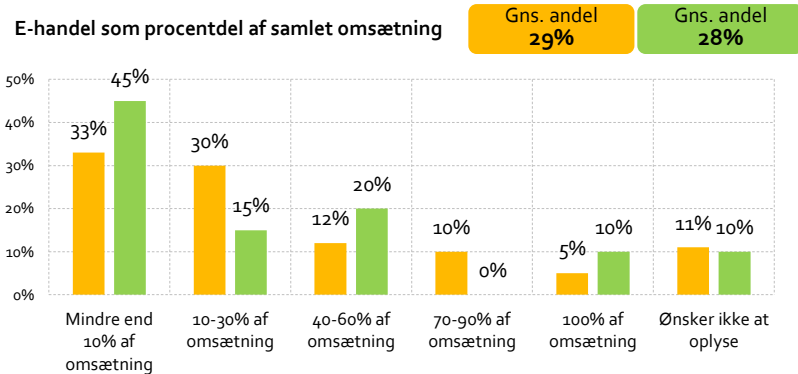
Detailhandlen er den branche med den største andel, der mener, at digitalisering er en trussel mod deres virksomheder. Dette gælder især for de store detailvirksomheder, der driver e-handel. De oplever i stigende grad, at deres leverandører sælger til kunder – herunder også forbrugere – og derfor øges konkurrencen.

Detailvirksomhedernes e-handel i tal

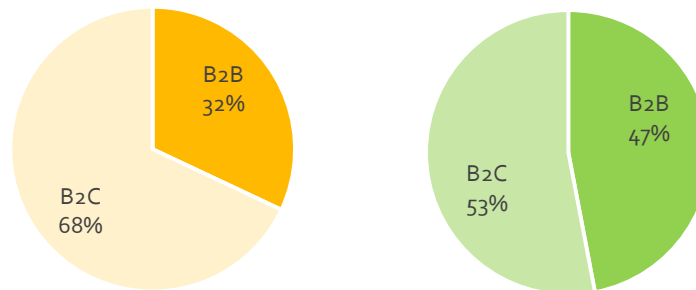


Små virksomheder
Færre end 50 ansatte

Store virksomheder
Flere end 50 ansatte

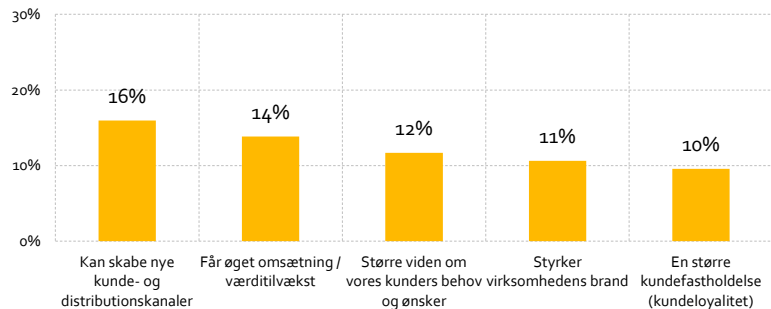


E-handelsomsætningens fordeling mellem B2B og B2C markedet

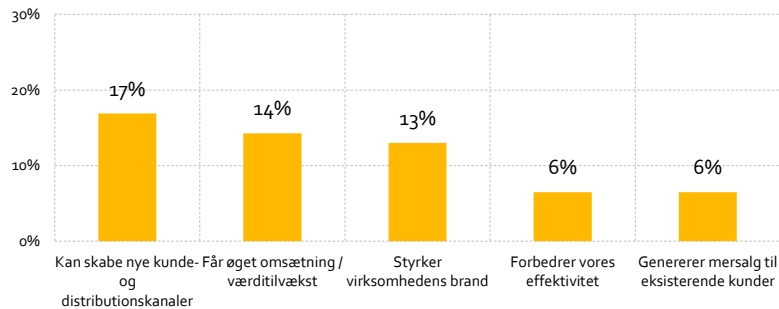


Top 5 årsager til at digitalisere salget hos detailvirksomhederne

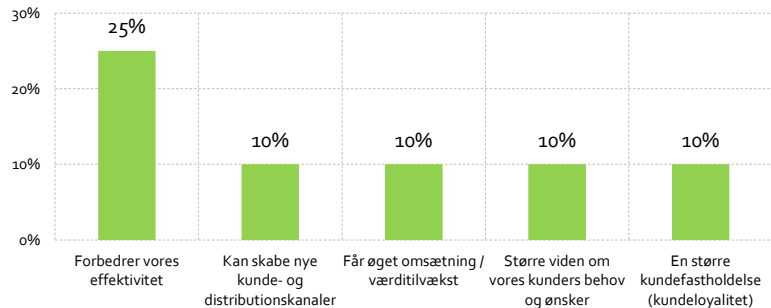
Små detailvirksomheder MED websalg



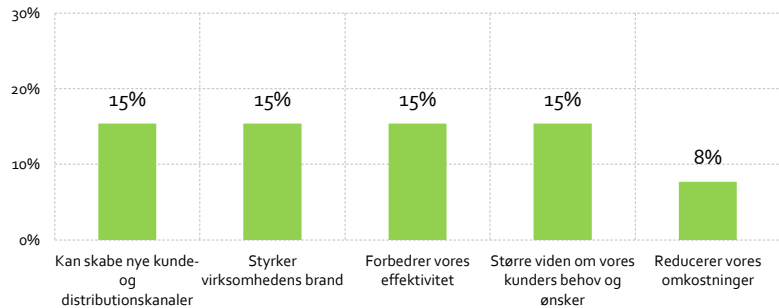
Små detailvirksomheder UDEN websalg



Store detailvirksomheder MED websalg

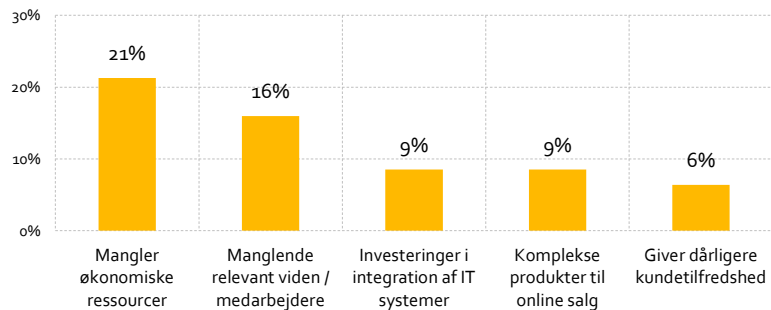


Store detailvirksomheder UDEN websalg

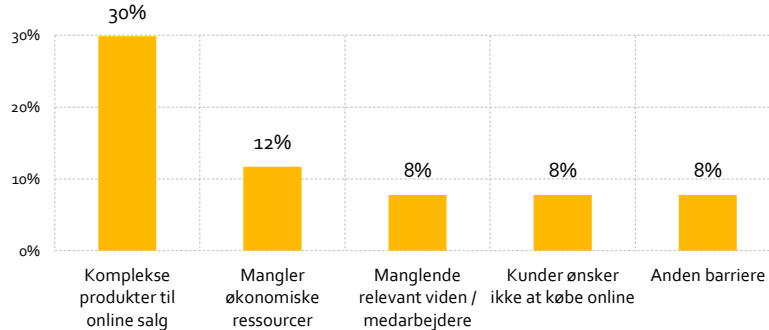


Top 5 barrierer til at udvikle/starte e-handel hos detailvirksomhederne

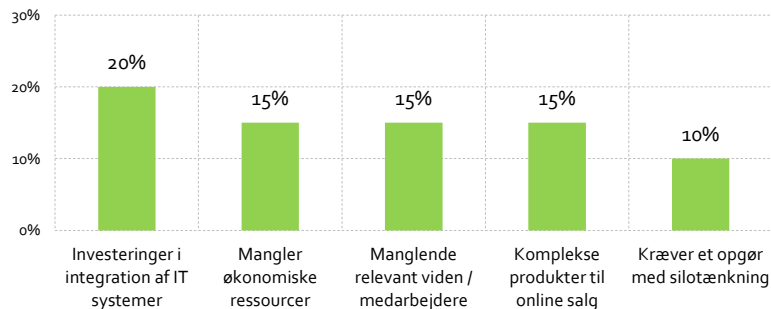
Små detailvirksomheder MED websalg



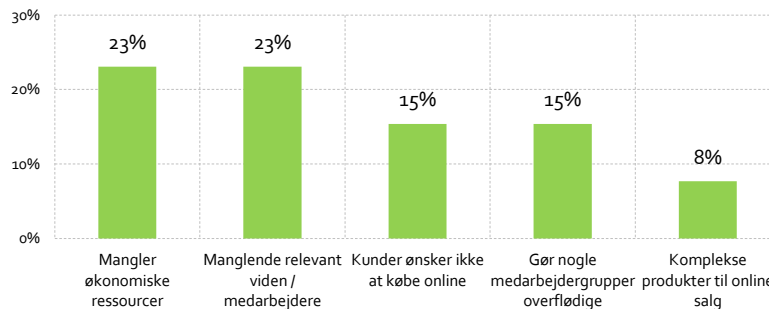
Små detailvirksomheder UDEN websalg



Store detailvirksomheder MED websalg

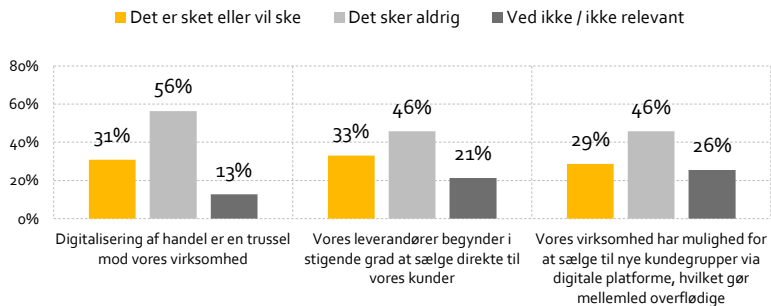


Store detailvirksomheder UDEN websalg

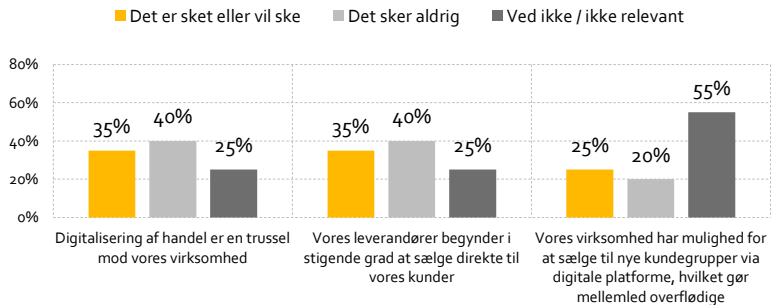


Detailvirksomhedernes syn på markedets udvikling

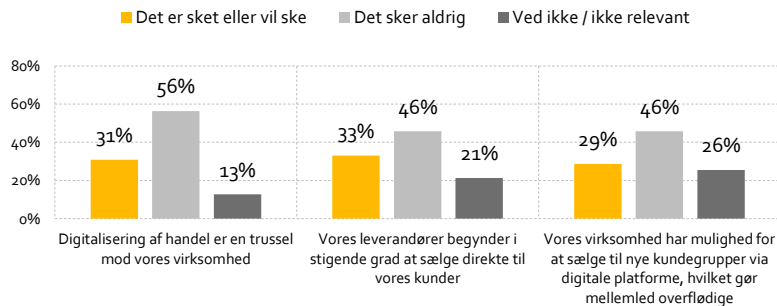
Små detailvirksomheder MED websalg



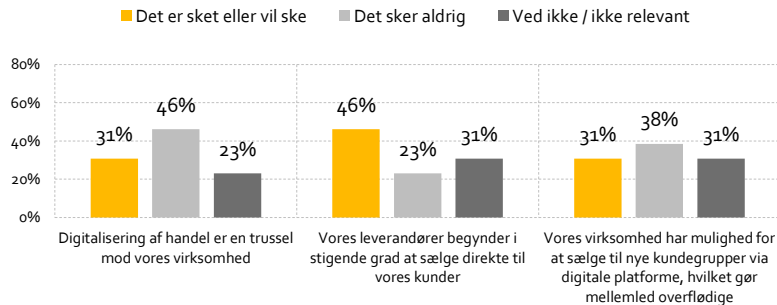
Store detailvirksomheder MED websalg



Små detailvirksomheder UDEN websalg



Store detailvirksomheder UDEN websalg





Om analysen

808 virksomheder der sælger til andre virksomheder (B2B) fra engros, detail eller fremstillingsindustrien, er blevet adspurgt.

Interviewpersonen er den person i virksomheden, der har ansvar for beslutninger om e-handel eller om enten salg, digitalisering, forretningsudvikling eller innovation.

Interviewene er gennemført via telefon

Definitioner

E-handel

Ordet e-handel dækker over virksomhedernes digitale salg via EDI og salg via internettet (webshop, app, markedsplatforme)

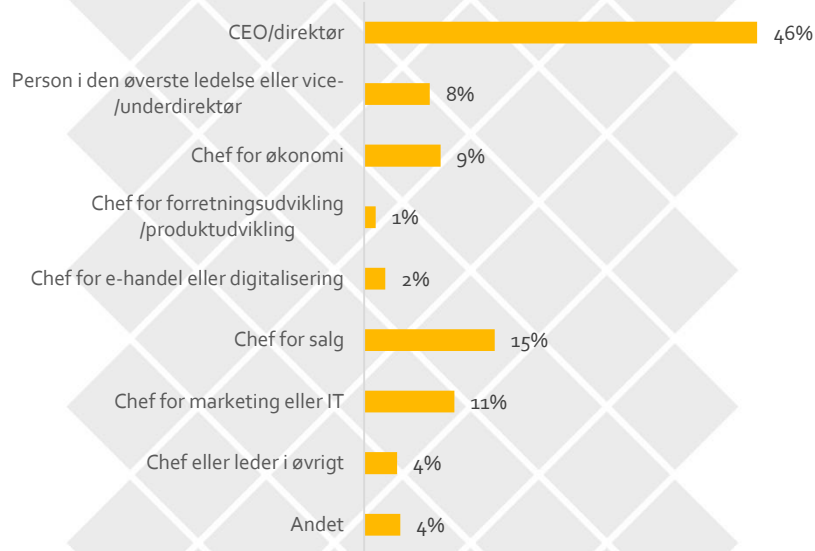
Virksomheder UDEN websalg

I analysen er virksomheder med EDI salg, men UDEN salg via internettet, kategoriseret som værende UDEN websalg

Små og store virksomheder

I analysen skelner vi mellem små/mellemstore virksomheder (SMV), der har under 50 ansatte og store virksomheder med over 50 ansatte.

HVAD ER DIN JOBFUNKTION I VIRKSOMHEDEN?



ANALYSENS KVOTEPLAN

	MED websalg		UDEN websalg	
	Små/mellemstore	Store	Små/mellemstore	Store
Fremstilling	116	42	82	20
Engros	170	47	113	14
Detail	105	25	66	8

KVALITATIV ANALYSE

15

Virksomheder med e-handel

5

Virksomheder uden e-handel

60-90

Gns. svartid i minutter

Sept. – Okt. 2016

Periode for dataindsamling

KVANTITATIV ANALYSE

505

Virksomheder med e-handel

303

Virksomheder uden e-handel

12-15

Gns. svartid i minutter

Nov. 2016 – Jan. 2017

Periode for dataindsamling

Kontaktoplysninger

Presse

Annette Falberg

T: +45 3377 4851
M: +45 2240 8803
E: anwf@di.dk

Analyseansvarlige

Tevin Lac

T: +45 3377 4589
M: +45 2221 9133
E: tela@di.dk

Joachim Nørgaard Strikert

T: +45 3377 4844
M: +45 2337 9259
E: jons@di.dk

DI Handel

H. C. Andersens Boulevard 18
1787 København V

handel.di.dk | +45 3377 3377 | handel@di.dk

