



2019-11-11 07:10 CET

Allt fler föredrar mobilen för att shoppa online – butiksmodell utmanas än mer

Mer än var fjärde svensk föredrar sin smartphone framför datorn när de ska handla online – en ökning med 150 procent på två år. Köp i mobilen står nu för över en tredjedel av e-handeln i Norden. Det visar en ny undersökning från revisions- och konsultbolaget Deloitte.

– Mobilen blir en allt starkare kanal för shopping-upplevelser både online och offline. Det är viktigt att detaljhandeln fokuserar på hur kundupplevelsen kan förbättras med hjälp av mobilen – från research, köp och leverans till att skapa en personlig shopping-upplevelse, säger **Jonas Malmlund**, partner och ansvarig för branschgruppen Teknik, Media och Telekom på Deloitte i

Sverige.

Enligt [J.P Morgan](#) har nordisk e-handel nått ett värde av 46 miljarder euro under 2019 och köp i mobilen står för lite mer än en tredjedel. I Deloittes undersökning [Global Mobile Consumer Survey 2019 – Nordic Cut](#) svarar 28 procent i Sverige att de föredrar sin smartphone när de ska handla online, jämfört med 13 procent från undersökningen 2017. Det motsvarar en ökning med 150 procent på två år. 30 procent uppger att de föredrar mobilen för att söka online eller göra research på produkter eller tjänster.

– Ökningen av både köp och sök i mobilen är oberoende av ålder och betyder att mobilen snabbt blir den kanal alla föredrar. I yngre åldersgrupper går förändringen fortast och vi kan räkna med att mobilen kommer att bli allt mer central i svenskars shopping-vanor, säger Jonas Malmlund.

Fortfarande vänder sig flest till företagets officiella webbplats för att handla. Ett skifte kan dock vara på väg, då företagets webbplats sjunker i popularitet med tre procentenheter från undersökningen 2018, medan marknadsplatser och meddelande-appar ökar med sex respektive sju procentenheter.

– I takt med att fler väljer att handla i mobilen istället för datorn, blir appar mer populärt. De stora handelsföretagen har ofta webbplatser som är optimerade för större skärm. Dessutom behöver de vara medvetna om att globala spelare som Amazon och WeChat kommer in på den nordiska marknaden med sofistikerade mobillösningar, säger Jonas Malmlund.

Om undersökningen

Det här är den tredje upplagan av den årliga Global Mobile Consumer Survey – The Nordic Cut där Deloittes nordiska TMT-specialister undersöker digitala trender bland användare i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Årets rapport baseras på totalt 5001 nordiska respondenter.

Temat shopping i mobilen är bara ett av flera som täcks av rapporten – den behandlar allt från svenskars vanor kopplade till enheter i hemmet, skärmtid och uppkoppling, till sociala medier, spel, datasäkerhet och betalningar. Som tidigare år ser vi generellt att smartphone har en outhärlig plats i människors liv; 92 procent i Norden har tillgång till en smart telefon 2019.

Besök deloitte.se/mobileconsumer för att ta del av fler trender.

Deloitte erbjuder tjänster inom revision, consulting, finansiell rådgivning, riskhantering, skatterådgivning och relaterade tjänster till noterade och privatägda klienter inom en mängd branscher. Deloitte assisterar fyra av fem företag på Fortune Global 500® genom ett globalt nätverk av medlemsfirmor i mer än 150 länder, som erbjuder spetskompetens av världsklass och högkvalitativa tjänster för att hjälpa klienter med de insikter de behöver för att ta itu med sina mest komplexa utmaningar. För att få mer information om hur Deloitte mer än 312 000 medarbetare arbetar för att göra verklig skillnad, följ oss på [Facebook](#), [LinkedIn](#) och [Twitter](#).

Kontaktpersoner



Jonas Malmlund
Partner, Deloitte
Strategy & Operations
jmalmlund@deloitte.se
+46 73 397 13 03



Christer Ahlgren
Presskontakt
Presskontakt. Councillor.
chahlgren@deloitte.se
0708-14 23 20