

Svenska företag på webben

En rapport om webbnärvaron bland Sveriges företag och hur den uppfyller befolkningens förväntningar

Svenska företag på webben

2018

- en rapport från Loopia

LOOPIA 

Innehåll

● Hemsidans betydelse för svenska företag.....	3
● Försäljning och säkerhet online	7
● Marknadsföring på Facebook och Google	10
● Den nya dataskyddsförordningen.....	13
● Framtidsutsikter.....	15

Om rapporten

Rapporten baseras på två statistiska undersökningar genomförda under juli 2018 i form av webbenkäter. Den ena genomfördes av Kantar Sifo på uppdrag av Loopia och baseras på 1 000 respondenter i Sverige, enbart förvärvsarbetande i åldrarna 20-65 år (hädanefter kallade 'svenskar'). Den andra undersökningen utgörs av 1 114 svarande företag i Sverige, Loopias kunder, men exklusive enskilda firmor (hädanefter kallade 'Sveriges företag' eller 'svenska företag'). Rapporten innehåller expertkommentarer från Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia.

En kartläggning av svenska företags närvaro på webben

Vi på Loopia vill hjälpa företag att lyckas på webben. Därför har vi för andra året i rad undersökt hur svenska företags närvaro på webben ser ut i dag och ställt det mot svenskarnas förväntningar kring det. På så vis ser vi om dessa motsvarar varandra och kan utifrån det hjälpa Sveriges företag framåt i sin webbsatsning.

Resultatet från undersökningen är sammanställt i denna rapport. Det visar bland annat att **majoriteten av svenskarna tycker att det är viktigt att företag är aktiva på webben med en hemsida**. De flesta svenska företag syns väl på webben i dag, majoriteten av de tillfrågade svarar att de har en hemsida och att de marknadsför sig främst via Facebook och Google. **Samtidigt saknar många företag fortfarande en hemsida**. Det krockar med att hela 98 procent av svenskarna använder sökmotorer som Google för att hitta information om företag. Där är en hemsida i princip ett krav för att synas och hittas av nuvarande och blivande kunder.

Rapporten visar också att **många svenskar handlar online** och att det är viktigt för dem att webshoppens de handlar från anses säker. Många svenska företag har ökat säkerheten för sin webshops besökare med ett SSL-certifikat som krypterar trafiken mellan webbläsaren och hemsidans webbserver. Trots detta visar resultatet också att det råder viss okunskap hos Sveriges företag om hur viktigt det är att installera ett sådant certifikat för sin webshop i dag.

Det här är bara ett fåtal av alla de insikter vi fått tack vare undersökningen vi genomfört. I följande kapitel går vi in på djupet och utlovar spännande läsning som förhoppningsvis ger dig en större kunskap om och förståelse för vikten av en bra närvaro på webben.



Jimmie Eriksson
VD, Loopia AB



Hemsidans betydelse för svenska företag

9 av 10

tycker att det är viktigt att
företag har en hemsida

88%

tycker att det är viktigt
att företag syns väl i
sökmotorer som Google

85%

av Sveriges företag
har en hemsida

Hemsidan viktigast för företagen enligt svenskarna

I detta kapitel undersöks svenskarnas förväntningar på företags närvaro på webben med en hemsida och hur dessa förväntningar motsvaras.

Nästan alla, 90 procent, av de tillfrågade svenskarna i arbetsför ålder tycker att det är ganska eller mycket viktigt att ett företag har en hemsida. Hela 98 procent av svenskarna söker dessutom efter information om företag i sökmotorer som till exempel Google och förväntar sig då att företagen är väl synliga bland sökresultaten. Sociala medier är inte lika viktigt som hemsidan, endast var tredje svensk anser att det är viktigt att företag är aktiva där.

Tittar vi på de tillfrågade företagen så motsvarar de flesta svenskarnas förväntningar när det kommer till företagets närvaro på webben med en hemsida. Fler än fyra av fem svenska företag har en hemsida i dag. Många saknar dock fortfarande en sådan och av dessa har hälften inga planer på att skaffa någon under det närmsta året.

Resultatet visar tydligt hur viktig hemsidan är för ett företag som vill nå ut till nuvarande och blivande kunder via webben. Det visar också att det inte är tillräckligt att enbart närvara på webben via sociala medier, utan att en hemsida behövs för att företaget ska synas och hittas. Det styrks ytterligare av att en hemsida syns bättre bland sökresultaten än vad sociala medier-konton gör.



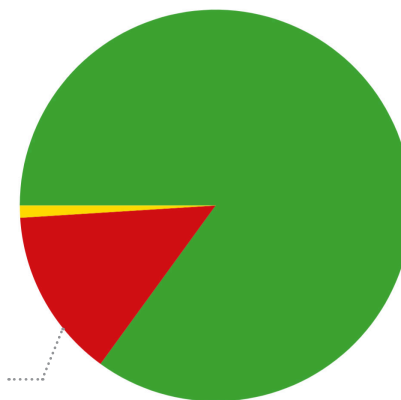
Svenskarna förväntar sig att hitta allt de behöver på webben. Om företagen då bortprioriterar sin hemsida blir det svårare för dem att synas när svenskarna söker information om företag på till exempel Google.

”

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

“Har du en hemsida till ditt företag idag?”

● Ja (85%) ● Nej (14%) ● Vet ej (1%)

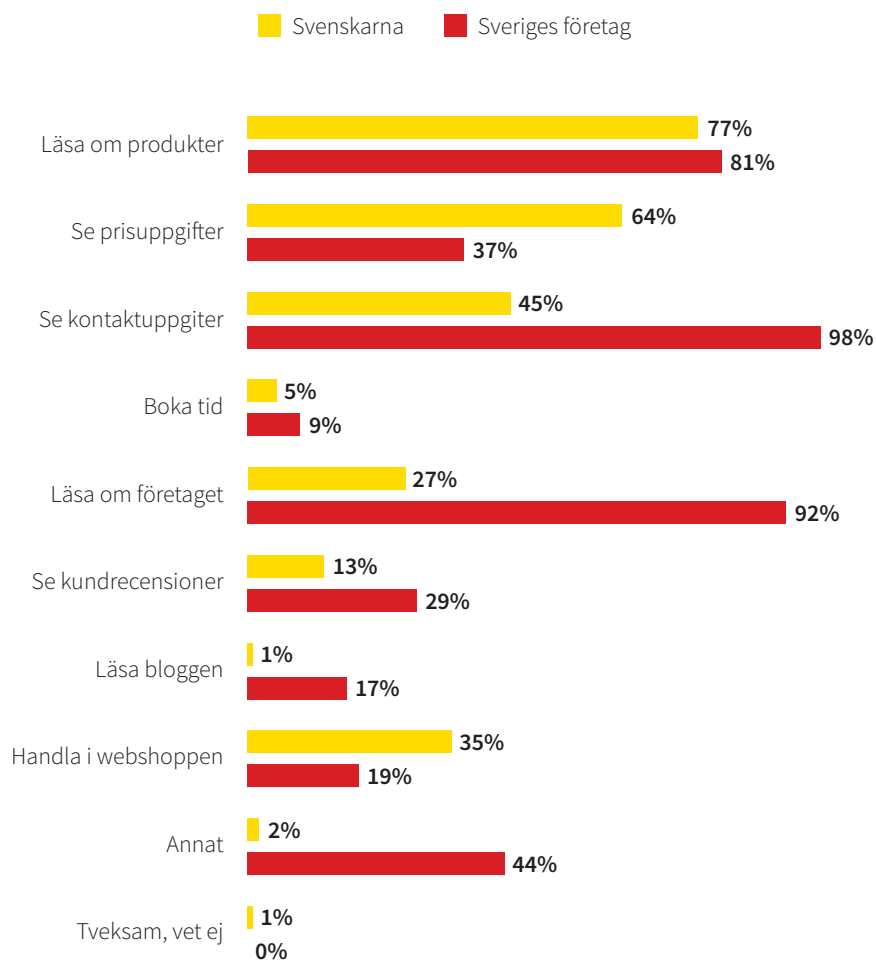


Är ditt företag ett av de 14% som saknar hemsida så är risken stor att kunderna hittar en konkurrent istället.

5 anledningar att ha en hemsida till företaget

1. Företaget syns bättre i sökmotorer som Google och blir lättare att hitta på webben.
2. Företagets öppettider och kontaktuppgifter är tillgängliga dygnet runt.
3. Nyheter håller sig färskare under en längre tid på företagets hemsida.
4. En hemsida ger företaget större kontroll över vad som skrivs om dem på webben.
5. Publicerat material på hemsidan ägs av företaget och ingen annan, till skillnad från sociala medier.

*Svenskarnas svar på frågan
“Varför besöker du oftast ett företags hemsida?”
...och hur det motsvaras av de
tillfrågade företag som har en hemsida.*



Produktinformation, pris- och kontaktuppgifter viktigast på företagets hemsida

Kontaktuppgifter och information om produkter och priser är några av de grundläggande komponenter som svenskarna förväntar sig hitta på ett företags hemsida. Att fler än tre av fyra svenskar vill hitta produktinformation och över hälften vill kunna se prisuppgifter tyder på att företagets hemsida används av svenskarna för att söka information inför ett köp.

Många av de tillfrågade företagen som svarat att de har en hemsida uppfyller svenskarnas förväntningar på vad den bör innehålla. De flesta uppger att hemsidan innehåller företagsinformation, kontaktuppgifter och produktinformation. Dock saknar fortfarande mer än hälften av företagen prisuppgifter på sin hemsida. Något som kan anses riskabelt då det kan få potentiella kunder att vända sig till en annan leverantör där informationen som efterfrågas finns att hitta.

Tre tips om textinnehållet på företagets hemsida

- **Berätta det viktigaste först** så att besökaren snabbt förstår vad företaget erbjuder.
- **Sökmotoroptimera textinnehållet** med relevanta ord/fraser så att sidan enkelt hittas i sökmotorer.
- **Lätta upp textinnehållet** med punktlistor och underrubriker för att göra det enkelt för besökare att förstå.

Mobilanpassad hemsida – en självklarhet för svenskarna

En mobilanpassad (även kallad responsiv) hemsida är designad på ett sätt som gör att den anpassar sig efter den dator, mobil eller surfplatta den besöks ifrån. Syftet är att ge besökaren en bättre användarupplevelse.

Över hälften, 65 procent, av de tillfrågade företagen som har en hemsida har mobilanpassat den. Nästan vart femte företag har dock fortfarande inte mobilanpassat sin hemsida och av dessa saknar de flesta planer på att göra det inom det närmsta året.

Samtidigt svarar majoriteten av de tillfrågade svenskarna, 60 procent, att de använder mobilen var eller varannan gång de söker information om företag på webben. Det visar tydligt att en mobilanpassad hemsida är ett krav för de företag som vill kunna tillgodose svenskarnas förväntningar om företags webbnärvaro.



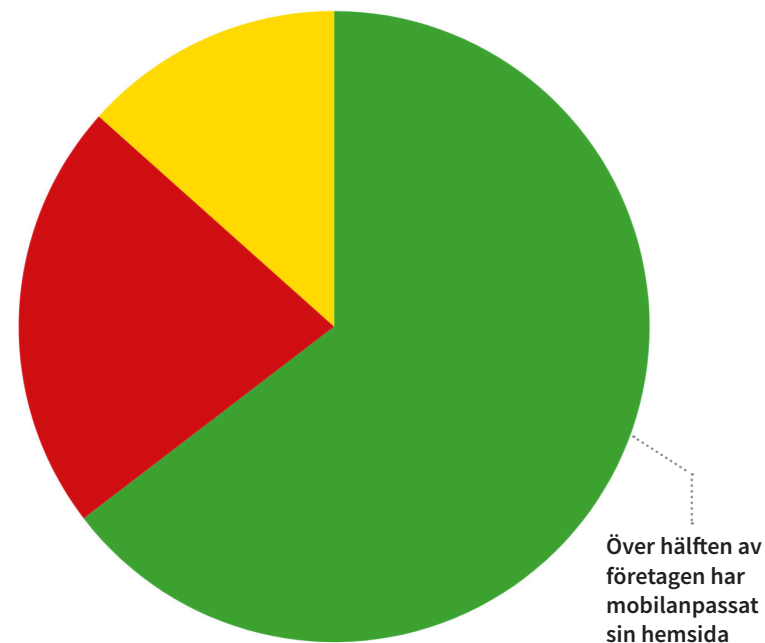
Det blir allt viktigare för företag att mobilanpassa sin hemsida då fler och fler svenskar surfar från mobilen och förväntar sig att hemsidorna som dyker upp i sökresultatet är enkla att navigera och innehåller rätt information och funktioner. Mobilanpassade hemsidor lyfts dessutom fram i Googles mobila sökresultat vilket gör det lättare för mobilbesökare att hitta företagets hemsida på webben. Det kan i sin tur ge företaget större intäkter.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia



”Är ditt företags hemsida mobilanpassad?”

● Ja (65%) ● Nej (22%) ● Vet ej (13%)



2 av 3
svenskar använder mobilen
var eller varannan gång de
söker information om företag
på webben



Visste du att...

...de flesta större hemsidesverktyg (till exempel WordPress) erbjuder flera olika färdiga designteman att välja bland för att få en mobilanpassad hemsida till företaget.

Försäljning och säkerhet online

Så många svenskar vill handla säkert på webben

1 av 3

besöker främst företags
hemsidor för att handla i
webshoppen

81%

av Sveriges företag har
ingen webshop

4 av 5

tycker att det är mycket
viktigt att webshoppen de
handlar från är säker

Majoriteten av svenskarna handlar på webben...

I detta kapitel undersöks svenska företags e-handelssatsning och hur den motsvarar svenskarnas förväntningar.

Fler än var tredje svensk besöker främst ett företags hemsida för att handla i företagets webshop. Över hälften, 53 procent, uppger att de handlar från en webshop så ofta som varje månad.

...men endast vart femte svenskt företag har en webshop i dag

Samtidigt har knappt en femtedel av de tillfrågade företagen en webshop i dag. Något som varken motsvarar svenskarnas förväntningar eller shoppingvanor.

Flera alternativ för betalning/frakt erbjuds

De flesta av Sveriges företag erbjuder flera alternativ för betalning och frakt. Det uppfyller svenskarnas förväntningar då nästan nio av tio tycker att det är ganska eller mycket viktigt att företag erbjuder flera olika frakt- och betalningsalternativ. Kortbetalning, faktura och Internetbank är de betalningsalternativ som flest företag erbjuder och PostNord samt DHL är de fraktleverantörer som oftast finns att välja bland i företagets webshoppar.

Vart femte företag har en fysisk butik – många påverkas negativt av e-handeln

En femtedel av de tillfrågade företagen har en fysisk butik där de säljer sina produkter och tjänster. Av dessa upplever nära 20 procent att den fysiska butiken påverkas negativt av att e-handeln ökar. Det visar att det kan vara en god idé för företag att komplettera sin fysiska butik med en webshop och på så vis täcka fler svenskars förväntningar och behov.

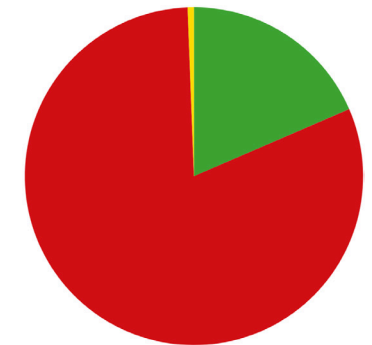


Många konsumenter vill kunna hoppa mellan digitala och fysiska butiker inför och under sitt köp. Det gör det allt viktigare för företag att komplettera sin fysiska verksamhet med en webshop. Som tur är så blir det allt enklare att starta en webshop. I dag kan i princip vem som helst sälja sina produkter och tjänster online utan att behöva några tekniska kunskaper.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

Har du en webshop till ditt företag i dag?

● Ja (18%) ● Nej (81%) ● Vet ej (1%)



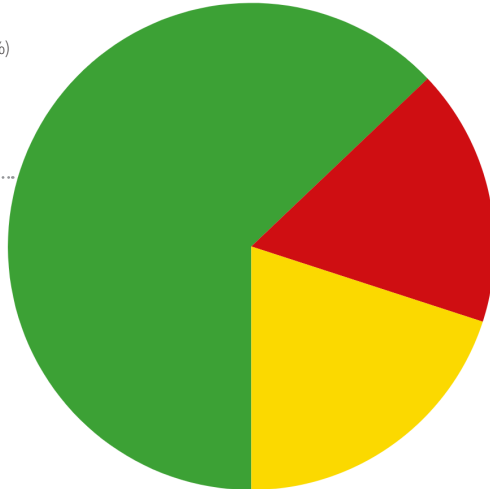
6 tips för en lyckad webshop

1. Hjälp kunden genom beställflödet med en tydlig, genomtänkt struktur.
2. Erbjud kringtjänster till ditt ordinarie sortiment för att skapa ett mervärde.
3. Var tydlig med fraktkostnader och leveranstider för att undvika missnöje.
4. Dela med dig av tips och råd för att framstå som en expert i den bransch du verkar i.
5. Mät och analysera webshoppens resultat och optimera butiken därefter.
6. Snabba upp webshoppens hastighet genom att se över bildstorlekar, undvika onödiga tillägg och använda cache.

Har du ett SSL-certifikat installerat på din webshop?

● Ja (63%) ● Nej (17%) ● Vet ej (20%)

2 av 3 företag har ökat säkerheten för sin webshops besökare med SSL/https



Tre fördelar med SSL/https

1. SSL ökar säkerheten för hemsidans besökare genom att kryptera trafiken mellan hemsidans server och besökarens webbläsare.
2. SSL ger sidan en https-webbadress som indikerar att hemsidan är säker.
3. Hemsidor med SSL premieras i Googles sökresultat framför sidor som saknar det.

86%

av svenskarna tycker att det är mycket viktigt att en webshop är säker att handla från

Säker webshop – ett krav från svenskarna som handlar online...

En klar majoritet av svenskarna, 86 procent, tycker att det är mycket viktigt att webshoppens de handlar från är säker. De flesta svenska företag svarar att de har ökat säkerheten för sin webshops besökare genom att installera ett SSL-certifikat som krypterar trafiken mellan en hemsida och webbläsaren den besöks ifrån. Det gör det betydligt svårare för obehöriga att avläsa känslig information såsom person- eller kortuppgifter.

...men företagen är fortfarande osäkra

Vart femte företag har svarat "Vet ej" på frågan om de har ett SSL-certifikat installerat för sin webshop. Det tyder på viss okunskap om SSL bland Sveriges företag. Det kan dock komma att ändras i framtiden då bland annat Google arbetar aktivt med att öka kännedomen om SSL-certifikatets betydelse för en ökad säkerhet online.



Tänk på att alltid använda svåra lösenord för webshoppens inloggning och att alltid hålla eventuella tillägg/teman uppdaterade till den senaste versionen. Det motverkar intrång och ökar säkerheten ytterligare.



Att installera ett SSL-certifikat på sin hemsida och framförallt webshop är viktigt då det skyddar dina besökares kortuppgifter och liknande från obehöriga när de genomför ett köp. Sedan juli 2018 markeras dessutom sidor utan SSL som osäkra i webbläsaren Google Chrome. Det kan få potentiella kunder att vända sig till en annan webshop då de föredrar att handla säkert.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

Marknadsföring på Facebook och Google

Så jobbar svenska företag med nätjättarna

14%

av Sveriges företag
annonserar bland
Googles sökresultat

27%

av Sveriges företag har
optimerat sin hemsida
för att synas bättre
i sökmotorer



Nästan hälften av Sveriges företag använder Facebook för marknadsföring

I detta kapitel undersöks svenska företags marknadsföring på webben och hur den motsvarar svenskarnas förväntningar.

Nästan hälften, 44 procent, av de tillfrågade företagen använder Facebook i sin marknadsföring. Det motsvarar till viss del svenskarnas förväntningar då en tredjedel tycker att det är ganska eller mycket viktigt att företag är aktiva i sociala medier.

Bortsett från Facebook är Google, Instagram och LinkedIn de mest populära kanalerna för marknadsföring online bland svenska företag. Det tyder på att många företag valt en kombinerad lösning för sin marknadsföring på webben där den egna hemsidan tillsammans med fler digitala kanaler används för att nå ut till nuvarande och blivande kunder.



Att exponera sitt företag i sociala medier som exempelvis Facebook gör det enklare för företaget att skapa dialoger med kunder. Det ger också möjlighet att marknadsföra sig till specifika målgrupper mot en kostnad företaget sätter själv.

”

Jag skulle dock främst använda sociala medier som ett komplement till företagets hemsida för att locka dit besökare. Det är en säkrare metod och så länge hemsidan innehåller relevant information om företaget och dess produkter, kontaktuppgifter, med mera kan besöket leda till en ny kund och ökade intäkter.

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

1 av 3

svenskar tycker att det är viktigt att företag är aktiva i sociala medier

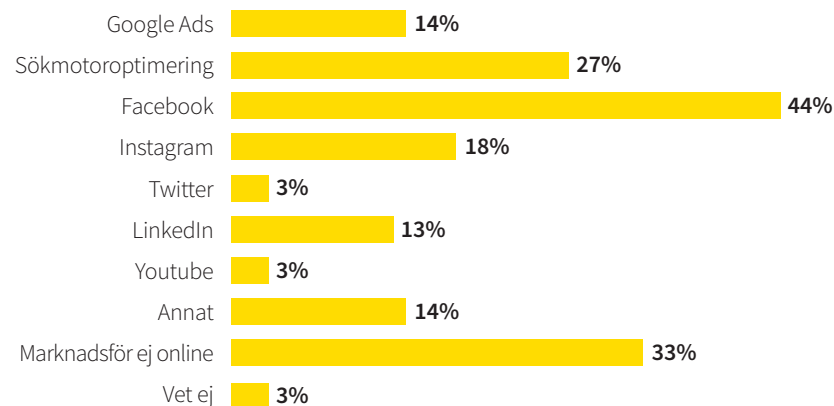


44% av Sveriges företag använder Facebook för marknadsföring...



....medan 1 av 3 **inte** aktivt marknadsför sin verksamhet på webben över huvud taget.

Vilka av metoderna/kanalerna nedan använder du för att marknadsföra ditt företag på Internet?



98%

av svenskarna googlar efter
information om företag...

...men bara

27%

av Sveriges företag sökmotor-
optimerar sin hemsida för att
placeras högre på Google

...och endast

14%

av företagen betalar för
att synas väl bland
sökresultaten

Annonsering på Google sjunker i popularitet bland företagen

Endast vart tredje svenskt företag har optimerat sin hemsida med relevanta sökord och fraser för att synas bättre bland sökresultaten i sökmotorer som till exempel Google. Dessutom har en knapp sjundedel av Sveriges företag valt att annonsera i sökmotorn Google mot en kostnad för att marknadsföra sitt företag på webben.

Eftersom nästan alla svenskar, 98 procent, googlar efter information på webben är det en god idé för företag att använda Google för sin marknadsföring på webben. Resultatet från undersökningen visar dock att Facebook i dag är den mest populära marknadsföringskanalen av de som nämns.

Vart tredje företag i Sverige avstår från marknadsföring på webben

Vart tredje svenskt företag marknadsför inte sin verksamhet online över huvud taget. Något som kan ha en negativ effekt på företaget och dess intäkter då majoriteten av svenskarna förväntar sig att enkelt hitta information om företag på webben.



Att så pass många företag väljer att sökmotoroptimera sin hemsida för att synas bättre på webben är glädjande att se. För att synas ännu bättre rekommenderar jag att komplettera sökmotoroptimeringen med betald annonsering på till exempel Google. Det ger företaget möjlighet att målgruppsanpassa sin marknadsföring och enkelt mäta och följa upp resultatet utan att någon större investering krävs.

”

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia

Den nya dataskyddsförordningen

Så många företag har koll på den nya lagen och uppfyller sina skyldigheter

48%

skulle *inte* handla från ett företag som *inte* informerar om hur personuppgifter behandlas

50%

av Sveriges företag informerar om hur kunders personuppgifter behandlas

2 av 3

svenska företag är väl eller mycket väl insatta i den nya dataskyddsförordningen

Så uppfyller svenska företag sina skyldigheter gentemot den nya dataskyddsförordningen

I detta kapitel undersöks hur svenska företag uppfyller den nya Dataskyddsförordningen och hur det motsvarar svenskarnas förväntningar.

Den 25 maj 2018 trädde den nya dataskyddsförordningen, även benämnd som GDPR, i kraft för alla EU-länder. Den nya förordningen reglerar bland annat hur företag får behandla personuppgifter om kunder och anställda i syfte att stärka enskilda individers rätt till personlig integritet.

Två av de skyldigheter som företag måste uppfylla är att informera kunder och anställda om hur personuppgifter behandlas samt att ha en plan för hur eventuella personuppgiftsincidenter ska hanteras.

Av de företag som tillfrågats i vår undersökning svarar nästan hälften, 46 procent, att de är väl insatta i den nya dataskyddsförordningen. Samtidigt har endast en tredjedel av företagen en nedskriven plan för hur personuppgiftsincidenter ska hanteras.

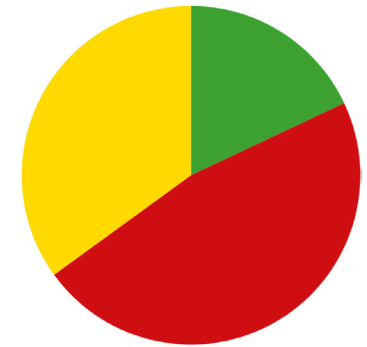
Hälften av företagen informerar dock sina kunder och anställda om hur personuppgifter behandlas vilket tillgodoser svenskarnas förväntningar. Nästan hälften, 48 procent, av svenskarna svarar att de inte skulle handla från ett företag som avstår från att informera sina kunder om hur de behandlar sina kunders personuppgifter.

Läs mer om den nya dataskyddsförordningen på datainspektionen.se



Tips! Läs mer om hur vi på Loopia behandlar våra kunders personuppgifter på loopia.se/omloopia/dataskydd/.

Skulle du handla från ett företag som inte informerar om hur de behandlar kunders personuppgifter?



● Ja (18%) ● Nej (48%) ● Vet ej (35%)

Checklista: Det här behöver företag göra för att uppfylla den nya dataskyddsförordningen

- ☐ Överväg att utse en eller flera personer som ansvarar för företagets behandling av personuppgifter och låt dessa personer läsa på om vilka regler som gäller. *Observera att vissa typer av företag är skyldiga att utse ett dataskyddsombud.*
- ☐ Kartlägg vilka personuppgifter som företaget hanterar. I vilket syfte behandlas uppgifterna, vem har tillgång till dem och när raderas uppgifterna?
- ☐ Sätt upp en dataskyddspolicy som beskriver vad företaget vill och tänker göra gällande behandling av personuppgifter.
- ☐ Försäkra att det finns rättsliga grunder för att behandla de uppgifter som företaget behandlar i dag.
- ☐ Rensa bort all den data som företaget inte får eller inte behöver behandla.
- ☐ Informera kunder om företagets dataskyddspolicy på företagets hemsida på ett tydligt sätt som är enkelt för alla att förstå.
- ☐ Sammanställ och dokumentera allt kopplat till den nya dataskyddsförordningen så att det är enkelt att hitta rätt information vid behov.



Framtidsutsikter för svenska företags webbnärvaro

I detta kapitel ger Loopias webbstrateg Andreas Flemjö sitt perspektiv på framtidsutsikterna för svenska företags närvaro på webben.

Konkurrensen för att synas på webben hårdnar men fortfarande finns stora möjligheter att överträffa dina motspelare. Medvetenheten om att en aktiv webbnärvaro är en av nycklarna till ett framgångsrikt företagande fortsätter att öka kommande år. Samtidigt sänks tröskeln för att komma igång med hemsida, e-post, et cetera. Det medför att allt fler vågar ta steget att låta företaget bli synligt på webben vilket i sin tur ökar konkurrensen om utrymmet på webben. Det finns dock fortfarande stora möjligheter att synas, så företag bör passa på att öka sin webbnärvaro nu innan konkurrensen ökar ytterligare.

Säkerhet online blir allt mer uppmärksammat. Antalet säkerhetsrisker och hot som cirkulerar på webben kombinerat med att företagare och privatpersoner blir allt mer medvetna om dessa kommer att ställa högre krav på säkrare lösningar på webben.

Mobilanpassade hemsidor blir allt viktigare. Nätjätten Google satsar allt mer på att förbättra mobila besökares användarupplevelse genom att fortsätta införa Mobile-first indexing som innebär att mobilversionen av en hemsida används när Google rankar en hemsida bland sökresultaten. Det kommer att leda till att allt fler företag prioriterar att utveckla och anpassa sina hemsidor efter mobila enheter och användare.

Vi kommer även se fler möjligheter till riktad marknadsföring mot mobila användare i såväl sociala medier och sökmotorer som vid besök på ett företags hemsida. Vi ser till exempel redan nu att annonsverktygen i sociala medier utvecklas i snabb takt för att ge företag möjligheten att nå ut till just mobila användare.

Google används i större utsträckning av företag för att nå ut till nya kunder.

Svenskarna använder redan idag Google i hög grad för att hitta information om företag och deras produkter och tjänster. Svenska företag ligger dock inte i fas med detta. Framöver kan vi dock vänta oss att annonsering bland sökresultaten via Google Ads (tidigare Google Adwords) blir mer populärt. Verktöget har på senare tid fått ett större inflytande i sökresultatet och på många mobilskrmar är dessa annonser det enda sökresultat som syns om användaren inte scollar nedåt. Jämfört med Facebooks annonsverktyg kan Google Ads vara lite svårare att komma igång med, men använt på rätt sätt är det ett mycket effektivt verktyg för att nå rätt målgrupp.

Individanpassat innehåll på hemsidor bromsas av den nya dataskyddsförordningen.

Ett naturligt nästa steg av den digitala utvecklingen är att företags hemsidor blir mer dynamiska och visar anpassat innehåll för varje besökare. Detta kommer dock troligtvis att bromsas upp av den nya Dataskyddsförordningen och den kommande e-Privacy-förordningen som innehåller särskilda lagar för hantering av personuppgifter, lagring av cookies, med mera. Med anledning av detta kommer det anpassade innehållet på företagens hemsidor troligtvis att stagnera fram till dess att företagen kommit till rätta med den nya lagen.

Loopia är ett av Sveriges största webbhotell med verksamhet i Sverige, Norge och Serbien. Företaget erbjuder innovativa lösningar för hantering av webbsajter och e-post till både privatpersoner och företag. Pålitliga tjänster med engagerad personal till konkurrenskraftiga priser.

www.loopia.se

