

5%

E-handelsutvecklingen ökade med 5 procent tredje kvartalet 2024 jämfört med motsvarande period föregående år. Hela sex av åtta branscher ser en positiv utveckling och Apotek ökar med tvåsiffriga tal för sjätte kvartalet i rad – 19 procent.

”Att Black Week infaller senare än vanligt gör att vi måste tänka till hur vi kommunicerar. Våra julkampanjer är väldigt viktiga för oss och vi vill inte att de ska drunkna i Black Week.”

Jenny Zeng, e-handelschef på Åhléns



Topp 3 populäraste kategorierna att e-handla från...

...under Black Friday



Hemelektronik



Kläder & skor



Skönhet & hälsa

...under julhandeln



Kläder & skor



Barnprodukter & leksaker



Böcker & media



4 av 10 yngre konsumenter sparar sina största inköp till Black Week

Trots att vissa är tveksamma till hur mycket de kommer spendera i år, är de yngre konsumenterna (18–29 år) redo att utnyttja kampanjperioden. De avvaktar i högre utsträckning än andra konsumenter med sina stora inköp under året för att i stället handla under Black Week. De planerar till och med att utnyttja Black Week i ännu högre utsträckning i år än i fjol – en av fem tror att de kommer att spendera ett större belopp nu.

7 av 10 män mellan 18 och 29 år planerar att köpa hem-elektronik under Black Week.



15 %

av e-handlarna har en högre lager-nivå inför Black Week än i fjol.

”Vi har separata peakmöten inför Black Week och julhandeln. Planeringen går på rulle, men det är viktigt att alla delar av kedjan fungerar som de ska. Under högsäsong finns alltid en stor tillsammanskänsla i hela bolaget.”

René Ecke, logistikchef på NetOnNet



Julkappsprognosen:

Onlinehandeln präglas av stor osäkerhet

54 procent är helt säkra på att de kommer att handla julkappar på nätet i år, vilket är den lägsta siffran på flera år. Det osäkra omvärldsläget och den utdragna ekonomiska återhämtningen skapar en osäkerhet bland konsumenterna – julhandeln online väntas därför minska med 0,6 miljarder kronor jämfört med 2023.



2024-trenderna syns i julhandeln

Under året som gått har konsumenterna haft ett stort lågprisfokus. Till julhandeln planerar en femtedel av konsumenterna att handla julkappar från utländska aktörer online. Ungefär lika många planerar att e-handla julkappar på second handmarknaden.



21%

av konsumenterna planerar att handla färre julkappar

Samtidigt planerar 89 procent av konsumenterna att köpa julkappar online eller i butik i år, fem procentenheter lägre än senaste åren.

3 viktigaste orsakerna till att handla julkappar online i stället för i butik

- 1 Enklare/bekvämare
- 2 Större utbud
- 3 Slippa trängseln i affärerna i julruschen

4 av 10 är positiva eller neutrala till Black Week-reklam

Konkurrensen om konsumenternas uppmärksamhet kommer att vara extra hård i år när fler än tidigare är osäkra på hur mycket de kommer att spendera under Black Week och i julhandeln. Det blir därför av särskilt stor vikt att kunna fånga intresserade kunder snabbt och med hjälp av rätt produkter. Ett sätt att lyckas med detta är genom att använda kundklubbar.



3 tips för e-handlare under Black Week och julhandel

Emma Hallerstedt, retailchef på Google hjälper dig att navigera rätt under Black Week och julhandeln.



1

Produkt-tillgänglighet

Var transparent med lagersaldo, både online och offline.

2

Produkt-jämförelser

Erbjud möjligheten att jämföra produkter direkt på er webbplats.

3

Recensioner

Uppmuntra kunder att lämna recensioner – och lyft fram positiva omdömen.