

# -Handboken-

Till den lilla företagaren som vill  
starta eller utveckla e-handel



Av: Josefin Samuelsson

# Innehållsförteckning

Inledning .....	2
Börja med e-handel .....	3
Färdig shop	
Skräddarsy din webbshop	
Sammanfattning	
Bara en hemsida .....	6
Domännamn & Webbhotell .....	6
Börja steg för steg .....	7
Små tips att tänka på .....	8
Första sidan .....	9
Facebook & Instagram .....	10
Nyhetsbrev .....	11
Starta ett Google konto .....	12
G-mail	
Google my business	
Google Ads	
Google Analytic	
Facebook/ Instagram Ads .....	14
Skicka varor till utlandet .....	14
SEO .....	15
Olika kanaler .....	16
Globala målen .....	18

# -Inledning-

I denna handboken kommer jag ta upp dom första stegen för att påbörja eller utveckla din e-handel/ hemsida. Det finns många sätt att gå till väga och ord/begrepp man kanske inte hört förut. När man gått igenom handboken är målet att du skall känna dig tryggare inom denna världen och kunna starta eller utveckla din webbshop/ hemsida.

Frågor som många ställer sig är

❖ ***Varför skall jag börja med e-handel?***

Genom att börja med e-handel eller ha en hemsida (om du har tex en tjänst som produkt) är just för att du utökar din verksamhet. Utökar verksamheten ökar också intäkterna. Då kan företaget expandera och växa. Det handlar om att få nya kunder till sitt företag inte flytta dom man redan har. Den stora fördelen med e-handel är att du kan nå kunder oavsett avstånd och som aldrig kan besöka din butik men kan handla/ boka istället över nätet.

❖ ***Vad finns det för alternativ?***

Detta är ju det roliga med just e-handel/hemsida att man kan nästan göra på vilket sätt som passar en själv och vad man tycker är roligt och inte. Det finns 2 grundval fast det finns olika varianter ändå att välja inom dom 2 områdena. Färdig webbshop- du bara väljer bilder och lägger in dina produkter. Skräddarsy din webbshop- Kan välja att göra lite själ eller allt själv. Detta går vi igenom på sidan 3.

❖ ***Vad kostar det?***

Det beror ju på helt hur man vill bygga upp webbshoppen/ hemsidan.

Skall man bygga upp själv eller köpa färdiga paket. Självklart varierar det men en riktlinje kan vara-

Domännamn ca 100-200:- Årskostnad

Webbhotell ca 150-200:- Månadskostnad

Tema ca 500-1500:- Engångskostnad

Vänder man sig till ett företag som lever en helhetslösning kan det ingå lite olika men då kan man räkna att det billigast kostar ca 2000:- och det dyraste paketet ca 25.000:- i månaden.

# - Börja med e-handel -

## Välj plattform

Vill du starta en e-handel så behöver du fundera på vart och hur den skall byggas upp. Kanske på det enklaste och lättaste sätt för att bara komma igång för att sälja eller vill du bygga upp och fixa allt själv?

Här går vi igenom några olika valmöjligheterna du ställs inför och att du får lite kunskap om dom olika alternativen, så att välja sen det som passar en själv och företaget bäst bli lite enklare.

<https://tryggehandel.dhandel.se/>



## Färdig Webbshop

### -Saas lösning-

SaaS står för Software as a Service (Mjukvara som service)

Vad är då detta? Jo det finns företag som arbetar med att ta hand om och hjälpa den som vill starta en webbshop. Fördelen med detta är att du får en snygg design och hjälp att komma igång. Kostnaderna brukar oftast vara en startavgift och en månadskostnad. Det brukar finnas lite olika storlekar och modeller på paketen så väljer du den som passar företaget bäst.

Fördelar: Här kommer du komma igång lätt, enkelt och snabbt! Du har tillgång till support och annat som underlättar för dig. Ingen direkt förkunskap krävs.

Nackdelar: Du har begränsat med möjligheter att anpassa plattformen om företaget har specifika behov eller önskemål. Du har en fast månadskostnad.

<https://tryggehandel.dhandel.se/>

<https://businesswith.se/e-handelsplattform/>

sök: e-handelsplattform, webbshop

## Skräddarsy din webshop

### PaaS lösning

-PaaS står för - Platform as a Service (plattform som service)

Det är en lösning där du själv ansvarar för programvaran och data, medan resten underhålls per automatik. PaaS passar nog framförallt företag som vill skapa anpassade lösningar utan att betala extra.

Fördelar: Du får full kontroll över plattformen och applikationer som byggs på den. Den kan lättare anpassas utifrån behov.

Nackdelar: Det är inte 100% flexibelt om du vill ha sidan helt skräddarsydd.

Skulle du vilja byter leverantör kan viss data gå förlorad.

<https://www.one.com/sv/hemsideprogram/hur-bygger-man-en-hemsida>

<https://sv.wix.com/>

<https://www.loopia.se/sitebuilder/>

### Open Source lösning

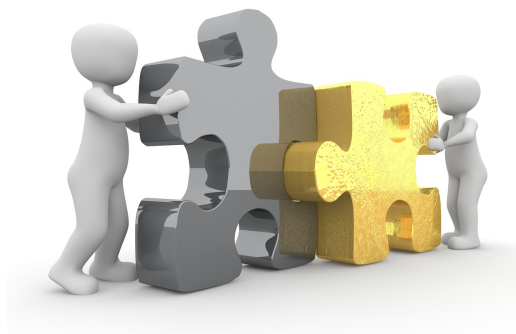
-Open Source står för öppen källkod.

Öppen källkod eller open source är mjukvara där du själv bestämmer över mjukvaran du använder. Det ger dig en stor frihet och flexibilitet och gör dig leverantörsoberoende. Öppen källkod handlar om att fritt använda, anpassa, vidareutveckla, sprida och dela med sig av mjukvara.

Fördelar: Du kan få den helt anpassad efter all dom behov och önskemål företaget har.

Nackdelar: Kan ta lång tid, skulle man välja fel leverantör kan det bli väldigt dyrt och det finns även risk för dålig kvalitet.

<https://www.sitea.se/bygga-hemsida/>



## Sammanfattning

Detta med att välja plattform är inte helt lätt och kräver lite research så att man får fram det bästa alternativet för ens företag. Sätta sig ner i lugn och ro för att planera/ strukturera och tänk tanken, vart kan mitt företag vara om 5-10 år? Kan jag växa och expandera i den plattformen/lösningen jag väljer? Tänk helt enkelt ett steg till så du inte om 3 år inser att oj detta funkar inte längre så behöver du börja om igen. Det billigaste alternativet kanske inte alltid är det bästa i längden, en dyrare variant kan löna sig mer i det långa loppet då du kanske har mer support och utrymme att förändra. Det viktigaste är att sätter bollen i rullning och komma igång! För att försöker göra detta ytterligare lite tydligare så har jag gjort några exempel som presenteras nedan.

### Färdig Webshop

**SaaS:** Allt teknik och infrastruktur finns, det är bara att skapa ett konto och logga in (liknande Gmail).

Exempel: Kan likna det vid att äta pizza på restaurang!

Du behöver endast sätta sig ned, beställa den pizza du vill ha och sen äta den.

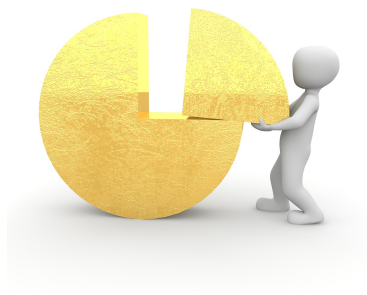
### Skräddarsy din Webshop

**PaaS:** Grundläggande teknik och infrastruktur finns (tex operativsystem och databas), du behöver installera och konfigurera applikationer (tex WordPress).

Exempel: Här kan vi likna det med hämtpizza, då endast bestick och dryck samt ett bord behövs för att börja äta.

**Open source:** Nästan ingenting finns från början förutom en server.

Exempel: Här kan vi tänka oss en liknelse vid ett pizzakit. Du behöver själv köpa och lägga på alla ingredienser för att sen baka pizzan i egen ugn.



# -“Bara en Hemsida” -

## Få en profil på nätet

Om du vill börja i en liten skala och bara för att visa att företaget finns så kan det vara en ide att “bara” skaffa sig en hemsida! Söker någon på ditt företag på google så kommer iallafall butiken upp och då kan kunden se dina adressuppgifter, öppettider och även klicka in till sidan. Har du inte möjlighet att lägga upp en massa produkter så kan du ta kort på sin butik och skriva vad man har för varor, produkter, leverantörer m.m så är kunden välkommen att höra av sig. Detta blir en så kallad Click & Collect eller Click & Reserv variant om någon kund tar kontakt och vill ha något.

<https://www.sitea.se/bygga-hemsida/>

# -Domännamn & webbhotell-

## Ditt namn på internet

### Domännamn

Ett domännamn är en blandning av en identitet och adress på internet. Domännamnet är det du skriver in i webbläsaren som du vill besök tex SVT.se Bakom varje domännamn döljer sig en sifferkombination, en så kallad IP-adress. IP-adress används av datorer när de kommunicerar med varandra och utgörs av en rad siffror, men för att det ska vara lättare för oss människor använder vi till vardags istället ordet domännamn.

Man vill ju ha företags/butikens namn som domännamn så att kunden känner igen sig och vet att den kommit rätt.

<https://internetstiftelsen.se/sok-doman/>

### Webbhotell

Enkelt förklarat är ett webbhotell en tjänst som ser till att en hemsida är uppkopplad mot Internet hela tiden. Du kan starta din mobil/dator och skriva vilket webbadress (URL) som helst när du vill på dygnet, oavsett var du befinner dig. Bara du har internetuppkoppling. Domänen/hemsidan du besöker ser likadan ut oavsett varifrån du väljer att koppla upp dig ifrån. Webbhotellet som har hand om en specifik hemsida ser till att innehåll visas på ett domännamn dygnet runt. Detta brukar oftast vara en månadskostnad.

<https://webbhotells.se/>



# - Börja steg för steg -

## Sätt upp mål & delmål

När du skall starta en e-handel är det nog viktigt att ta små steg i taget och att man lär sig och förstår varje del innan man går vidare. Det är alltid bra att tänka igenom olika steg och scenarion för att spara tid, pengar och kanske komma på nya ideer och inte bara följa det som alltid varit. Här är några tankar och ideer att gå igenom.

- ❖ Kan du börja i lite skala? Starta en hemsida med lite bilder och kontaktuppgifter så du finns på google. Kanske lägga ut vissa produkter/ varumärken så lockas kunderna till dig, så kan kunderna då se vad du har och kan skicka ett meddelanden för att sen komma in i butiken och hämta. En så kallad Click & Collect. Sen utöka med mer produkter i sortimentet och tillslut kanske kunna skicka produkterna till kunden.
- ❖ Starta butik eller e-handel först?
- ❖ Behöver jag butik/lokal eller räcker det med e-handel och mer ett lager? Kan jag ha min butik som lager?
- ❖ Kan jag vara med och delta i olika evenemang/ event/ mässor för att nå ut på marknaden och synas? Eller få nya kunder?
- ❖ Kan jag skaffa mig partners eller samarbeten med någon? Kan det då generera till några nya idér/ produkter.
- ❖ Om jag redan har befintlig butik och vill starta e-handel så koppla ihop affärssystemen så saldon i butiken och e-handeln alltid håller sig uppdaterat.
- ❖ Fraktavtal, emballage & packa- Här kan det vara bra att tänka igenom olika varianter om frakt och emballage. Även kolla upp om du vill skicka mot Norge då det gäller andra regler med förtullning & moms då dom inte är med i EU.
- ❖ Det tar tid! Viktigt att komma ihåg är att driva och starta e-handel tar lite tid. Det är som att sköta en butik till, jobbet man lägger ner kommer att generera resultat i slutändan.

<https://www.almi.se/kunskapsbanken/tips-och-rad/7-tips-for-att-starta-webbutik/>





# - Små tips att tänka på -

## Starta eller utveckla webbshopen

Finns massa små saker som kan vara bra att tänka på för att lyckas med din e-handel. Kan vara att använder vissa symboler, färger, klockslag m.m  
Denna listan kan nog göras oändlig, vi går igenom några punkter så du iallafall får en bra start.

- ❖ Skapa sidan med mobilefirst- Idag används främst mobilen för att söka på något. Skapar man inte sidan med mobilefirst så kan hemsidan bli trög att ladda upp, risken är då stor att du tappar kunden.
- ❖ Symboler logotyper folk känner igen- Detta är bra så kunden känner sig trygg på sidan och vet den är seriös.
- ❖ Använd kända betallosningar- Även om det kanske är lite dyrare så kan det vara värt att använda betallosningar kunden känner igen.
- ❖ Service genom skärmen- Eftersom du inte får någon fysisk kontakt med kunden, så var noga med att besvara kundens frågor, funderingar eller reklamationer. En god service är alltid A & O!
- ❖ 3 Klick till ett köp- En "tumregel" är att det skall vara 3 klick till köp. Från det att kunden hittar produkten till köp så skall processen kortas ner med val och annat så på 3 klick är kunden i kassan.
- ❖ 5 Sekunder- Du har ca 5 sekunder för att ge ett första intryck till kunden när den besöker sidan. Dessa 5 sekunder kan vara avgörande om det blir ett köp eller inte.
- ❖ Tid är pengar- Det kan vara värt att tänka på! Vad kostar det att anlita någon som gör jobbet eller göra allt själv? Vad blir billigast?
- ❖ Grönt eller Orange: Är 2 färger som är bra att ha på köpknappen, studier visar att dessa färger "ökar köplusten"
- ❖ Bäst tiden- Är enligt studier mellan åtta och elva på förmiddagen. Har du försäljning till privatpersoner kan du rikta in dig på fredag till söndag. Annars är tisdag och torsdag följt av onsdag bra dagar.
- ❖ Ditt barn- Se inte på webbshopen/företaget som ditt barn. Ens barn är självklart helt perfekta som dom är, ett företag behöver ständigt uppdateras, hitta ny vägar, nya lösningar och var självkritisk! Ingenting är perfekt första gången vi gör det utan du behöver ändra/uppdatera och gör om det flera gånger.

<https://cloudax.se/oka-forsaljningen-i-din-webbutik/>

<https://www.newsroom.se/2018/10/23/sa-far-du-fler-att-lasa-ditt-digitala-nyhetsbrev/>



# - Förstasidan -

När kunden kommer in på din hemsida är det så viktigt att första sidan ger ett bra, tydligt och seriös helhetsintryck! Att kunden snabbt kan identifiera företaget & vad du säljer eller har för produkter.

Du har ca 5 sekunder på dig att förmedla detta till kunden.

## Små tips att tänka på

- ❖ Tydlighet - Se till att första sidan är tydlig och ser seriös ut så kunden ser direkt vilken butik de besöker.
- ❖ Bild & Text - Ha tydliga bra bilder som profilerar din butik. Se till så info och texter syns bra och inte "försvinner" in i varandra.
- ❖ Använd kända symboler & betallösningar- Använd sånt kunden känner igen, då ökar chansen till konvertering och du får fler avslutade köp.
- ❖ Viktig Information- Få med information som kunden tycker är viktig så det syns lätt och tydligt på förstasidan. Text  
Header:
  - Frakten
  - Returer och reklamation
  - Vad finns det för BetallösningarFooter:
  - Kundservice
  - Företagsinfo
  - Symboler, trygg e-handel, betallösningar, trustpilot m.m
- ❖ Inte för mycket- Även om du vill ha med all viktig informationen så se till att det inte bli FÖR mycket. Det skall vara enkelt och överskådligt. Viss information kan du ha tydligt och lättillgängligt trots att det inte står i headern på första sidan.
- ❖ Socialamedier- Har du facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok eller någon annan kanal där man kan följa butiken så skriv gärna det. Se till att länka till den sidan så kunden lätt kommer dit.
- ❖ Har du nått erbjudande eller dylikt på första sidan va då noga med att du länkar till den produkten så kunden kommer till produkten med ett klick. Behöver kunden leta upp varan är risken stor du tappar kunden.
- ❖ Det är bra att ibland gå in på sin webbshop "från kundens håll" så du ser precis det samma som kunden ser när du kommer in på sidan.



# - Facebook & Instagram -

## Som marknadsföringskanal

Facebook och Instagram är 2 av alla kanaler som är utmärkta för att nå ut till många och som kan ses som gratis marknadsföring. Du kan dela inlägg, ha tävlingar och vara aktiv med vad som händer i företaget. Såsom nyheter i butiken, kampanjer, rea, kurser, utbildningar, öppettider m.m Det är ett väldigt bra och populärt sätt att visa att företaget finns och för trogna kunder kunna följa och se vad som händer i butiken. Även Snapchat och TikTok kan vara 2 användbara kanaler beroende på vilken målgrupp du har.

### Små tips att tänka på

- ❖ Gör någon form av ramverk- Så du håller dig till Tex.Ha alltid med en bild och texten under på ett tydligt och enkelt sätt förklarar varför bilden läggs ut.
- ❖ Håll den affärsmässig- Se så du håller dig till vad som händer i företaget & gör den inte personlig, inlägg om fikapauser och tårtätande en vanlig dag kanske inte det dina kunder är intresserade av. Fast en mässa eller nyheter i butiken intresserar dom flesta.
- ❖ Använd #- När du gör dina inlägg se till att använda # och tänk igenom vilka du använder. Så kunden lätt kan hitta fler inlägg från butiken och kanske vissa märken/varor. Skapa gärna egna som du använder dig av varje gång.  
Tex #handlalokaltströmstad
- ❖ Ha ett jämt flöde av inlägg -Tex ett om dagen eller två i veckan, så det inte kommer flera på samma dag och sen inget på flera dagar/veckor. Det är viktigt att hålla flödet levande men med balans, så det inte blir för många inlägg eller inga inlägg alls så man tror butiken lagt ner.
- ❖ Stories- Här kan du lägga ut lite mer spontana saker som händer under dagen eftersom det försvinner efter 24h. Återigen skall du nog inte göra den för personlig utan håll fokus på mycket varor, mycket handel i butiken m.m
- ❖ Länka till din hemsida- Det viktigt att länka tillbaka till sin hemsida och den eventuella produkten. Läger du ut en specifik produkt så länka till produkten så kunden hamnar där direkt! Länkar du bara till hemsida så kunden får leta själv är risken stor att man tappar kunden.



# - Nyhetsbrev -

## Mail till kunderna

Detta är en bra kanal för att nå ut till sin kunder. Nyhetsbrev kan du jobba fram i god tid innan det skickas ut, det kan innehålla kampanjer, nyheter, erbjudanden till ny kunder m.m Det kan vara bra att planera när nyhetsbrev skall skicka ut så det blir ett jämnt flöde, inte 2 ena veckan och sen inget på en månad. Det gäller att nyhetsbrevet är intressanta och aktuella så det lockar kunden till att vilja köpa. Läger du ner lite tid här har du en billig marknadsföring som når ut till många av dina kunder.

### Små tips att tänka på

- ❖ Ha alltid med din logga/företagsnamnet- samt företagsinformation nere i footern
- ❖ Gör en välarbetat grundmall som du alltid håller dig till- Kunden skall tydligt kunna se vilket företag som skickat Nyhetsbrevet. Det kan vara loggan, färgen, utformningen, typsnittet m.m
- ❖ Va tydlig med vad du har för ett erbjudande- Erbjudandet skall vara så solklart så att det inte lämnar några frågetecken alls.
- ❖ Håll dig till ett erbjudande åt gången- Har du flera erbjudanden i samma nyhetsbrev kan det bli rörigt eller svårt att tolka.
- ❖ Se till så det inte blir för mycket text- håll det väldigt kort, konkret, enkelt och tydligt så kunden lätt ser och förstår erbjudandet.
- ❖ Försök ha ett jämt flöde av nyhetsbrev- Tex ett utskick var 7, 14, 30 dag
- ❖ Länka i nyhetsbrevet så kunden hamnar direkt till varan eller kampanjen  
Länkar du bara till hemsida och kunden får leta själv efter varan är risken stor att kunden lämnar sidan istället.
- ❖ Bästa tiden- Är enligt studier mellan åtta och elva på förmiddagen. Har du försäljning till privatpersoner kan du rikta in dig på fredag till söndag. Annars är tisdag och torsdag följt av onsdag bra dagar.

<https://www.newsroom.se/2018/10/23/sa-far-du-fler-att-lasa-ditt-digitala-nyhetsbrev/>



# - Starta Google konto -

## Det börjar här

Starta ett google konto är nästan ett måste när du väljer att starta e-handel. Du får tillgång till alla googles fantastiska verktyg som Gmail, Google my business, Google analytic m.m Du väljer enkelt vilken typ att konto som skall skapas. Följ alla steg och ha god tid på dig att läs igenom allt, det är helt klart värt det!

Finns man inte på Google så finns man väl inte!?

<https://support.google.com/accounts/answer/27441?hl=sv>

### Gmail

En företagsmail är ett måste, det kan vara klokt att starta ett nytt konto när du ändå startar din webbshop och skaffar ditt Google konton. Viktigt att ha en företags mail så all information kring och om företaget samlas på ett ställe. Ha gärna samma namn på mailen som företaget så kunder och leverantör vet att dom mailar till rätt adress. Va noga med att gå igenom mailen varje arbetsdag så du inte missar att svara någon kund eller leverantör.

### Google My business

Med Google My Business kan du nå och engagera kunden när de söker efter ditt företag på Google. Genom din företagsprofil syns du på Google på högersidan när man söker på företagets namn. Du får tillgång till att se och svara på recensioner och det är även kopplat med Google Maps så kunden kan se vart företaget finns. Logga in på ditt Google My Business-konto för att uppdatera din företagsinformation, såsom gatuadress, telefonnummer, webbadress, öppettider m.m. Så att det blir enkelt för kunderna att hitta och kommunicera med ditt företag. Se till att profilen alltid är uppdaterad med aktuella foton, specialerbjudanden och kampanjer för att uppmuntra kunderna att välja dig.



## Google Ads

Google Ads är betald annonsering på google, ett effektivt sätt för att nå ut till potentiella kunder och få verksamheten att växa. Kort och gott innebär det att göra ditt erbjudande synligt när kunder söker inom ditt område. Några fördelar med att annonsera via google.

- ❖ Hamna högst upp på Google
- ❖ Annonsera bara för din målgrupp
- ❖ Betala per klick
- ❖ Sätt valfri budget
- ❖ Utöka dina kampanjer successivt

## Google Analytics

### Analysverktyg

Google Analytic är ett gratis verktyg för webbanalys. Det är ett bra verktyg som absolut kan vara värt att lära sig, då du kan få ut väldigt värdefull information av det. Med Google Analytics kan man mäta statistik, trafik och hur besökaren på hemsidan beter sig. Till Exempel,

- ❖ Hur många besökare hemsidan har per dag
- ❖ Hur besökaren landade på just din hemsida
- ❖ Vilken enhet man använt mobil/ dator
- ❖ Vilken målgrupp
- ❖ Även till väldigt detaljerad information som t.ex. vart besökaren befinner sig geografiskt

Google Analytics är ett kraftfullt verktyg som kan vara användbart vid kampanjer och annan marknadsföring för att se vart det kan vara mest lönsamt att investera. Datan presenteras i diagram eller tabeller.



## - Facebook / Instagram Ads- Betald annonsering

Här kan du också köpa annonsering. Förutom att Facebook och Instagram är en av dom största sociala plattformarna, så är en annan stor fördel att du kan identifiera målgruppen väldigt exakt i form av demografi och geografisk avgränsning. Detta gör annonserna väldigt träffsäkra och gör att du når ut till just dom du vill. Detta genererar till bättre flöde till ens sida och att annonseringen förhoppningsvis genererar något tillbaka.

<https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager>

[https://business.instagram.com/advertising?locale=sv\\_SE](https://business.instagram.com/advertising?locale=sv_SE)



## -Skicka varor till utlandet- Exportera

Vill du skicka varor till länder utanför EU så behöver du betala förtullning och moms på varorna. Erbjuder du detta till dina kunder kan det vara bra att ställa in i en annan frakt för dessa länder, du kanske inte kan ha lika billig frakt som inom Sverige till exempel.

Det första du behöver göra är att ansöka om ett Eori-nummer, detta gör du hos tullverket för att kunna gå vidare. Det är som en legitimation för ditt företag. Sen kan du kontakta din transportör eller ett ombud som sköter leveransen så hjälper dom en vidare med att fylla i papper för varorna m.m. Dom behöver även en fullmakt för att kunna göra detta.

Varorna du vill skicka utanför EU måste förtullas och betala moms på. Har du små billiga saker kan det bli dyrt att skicka, men har man däremot varor som är lite dyrare så är kanske frakten absolut värt det för kunden.

<https://www.tullverket.se/foretag/genomtullen/tillstandochregistreringar/eori.4.6ac2c843157b7beb007364.html>

# - SEO -

## Sökordsoptimering

SEO- står för Search Engine Optimization, på svenska säger vi Sökordsoptimering/sökmotoroptimering. Detta handlar om att du skriver texter och länkar in och ut från företagets sida. Söker kunden på ett ord/produkt/mening är målet att företaget/produkten skall hamna högst upp på googles ranking och förstasida. Finns man inte på Google så finns man väl inte!?

Det handlar om att få användare att besöka din webbplats utan att direkt betala för det via reklam. Här finns det byråer du kan anlita som gör detta åt en om du inte vill göra det arbetet själv. Det dom gör är att skriva produkttexter med "rätt ord" som är sökvänliga. Sen länkar dom från din sida till andra sidor och omvänt. Detta gör att du hamnar högt upp på google för ens namn/produkt nämns på rätt sätt.

Det finns en uppsjö av SEO-byråer och alla jobbar lite olika sätt. När e-handeln är etablerad och du känner sig mogen att ta sig an nästa utmaning så sök upp olika byråer och boka ett möte. Låt dom gå igenom och förklara hur just dom jobbar så får du välja den som passar en bäst.

SEO är inget engångs arbete utan är ett ständigt arbete som pågår för att du skall hålla din plats på google, detta kan generera jättemycket! Tänk om du alltid kommer upp först på Google med alla produkter du har i butiken så fort någon googlar på namnet/innehållet eller dyligt? Hur mycket handel och pengar kan det generera?

Som med mycket när det kommer till e-handel behöver du ha tålamod! Det tar lite tid innan du ser resultat, arbetar du mot ett mål hela tiden så kommer företaget framåt och det märker kunderna också. Läger du ner mycket tid och kärlek i din e-handel så ser kunden det och det kommer generera ett bra resultat i slutändan.





# Olika kanaler

## Hur vill kunden interagera med ditt företag

Hur vill dina kunder handla och integrera med ditt företag? Tycker kunden bäst om att komma till den fysiska butiken och köpa produkten, beställa på nätet och hämta i butiken eller vill den få sin vara skickad med posten. Det finns alltså olika kanaler som kunden kan välja att integrera med företaget, ju mer sömlöst du gör det ju enklare blir det för kunden. Här går vi igenom dom olika kanalerna och vad dom betyder.

### Enkanalshandel

Traditionell butikshandel-

Enkanalshandel betyder att du har en traditionell butikshandel. Vill kunden köpa en vara så innebär det att kunden måste ta sig till butiken för att köpa den. Produkterna säljs alltså endast på detta vis.

### Mångkanalshandel

Flera sätt att handla på-

Detta innebär att kunden kan välja mellan olika kanaler och själv välja hur den vill besöka företaget och köpa sin produkt. Gå till den fysiska butiken, eller gå in på webbshopen och beställa eller kunna fylla i en postorderbeställning. Här fungerar dom olika kanalerna självständigt och har lite integration med varandra.

### Korskanalshandel

Handla på nätet men hämta i butik-

Här kan alltså kunden starta sin kundresa på webben med att beställa varan men välja att hämta den i butiken och slutför då köpresan i en annan kanal. Detta kallas för korskanalshandel eller Click & Collect eller Click & Reserv som oftast är mycket populärt.

### Omnikanal

Butikerna är uppbyggda som en enda kanal

Det innebär att kunden ser butikerna uppbyggda som en enda kanal eller en och samma enhet. Oberoende om dom besöker den fysiska butiken, webbshopen eller pratar med dom via sociala medier. Skiftar dom mellan olika kanalerna förväntar sig kunden samma budskap & upplägg oberoende av vilken kanal eller enhet de väljer att använda.

Omnikanal blir ju även en affärsmodell eftersom du vill erbjuda kunden valmöjligheten att handla, returnera varor m.m på det sättet som passar kunden bäst.

- ❖ Click & Collect- Kunden köper och betalar varan i webbshoppen och väljer sen att hämta den i butiken. Man kanske bor nära så det går fortare att hämta varan själv än att vänta på posten eller så vill man kanske slippa frakten på varan.
- ❖ Shop & Reserve- Kunden hittar en vara på webbshoppen och väljer att låta butiken lägga undan den åt en. Detta kan bero på att kunden vill prova varan eller se den i verkligheten innan dom genomför sitt köp. Kunden vill helt enkelt vara säker på att varan finns kvar när dom kommer till butiken.
- ❖ Ship from store- När kunden lägger sin beställning så skickas produkten direkt från butiken istället från ett varulager. Här kan du se det som att butiken bli varulagret, du kan alltså spara in på personal då butikspersonalen tar hand om beställningen och skickar den till kund. Fördelen med modellen är den kan sänka fraktkostnaderna och minska leveranstiden.

## Sammanfattning

Det finns många affärsmodeller och kanaler att integrera med sin kunder och en webbshop öppnar självklart upp jätte många möjligheter. Eftersom det kostar tid och pengar vill du ju att din webbshop skall generera nya kunder. Tanken är alltså inte att flyttar sina befintliga kunder från en kanal till en annan. Att göra grundjobbet med att se över affärsmodeller, strategier, marknadsföring m.m kommer löna sig i slutet. Börja från grunden och bygg dig uppåt, börjar du från toppen faller det lätt eller blir problem senare. Bygg också upp e-handeln i lugn och lagom takt så du hinner lära dig och ta hand om dina kunder, öka i ett successivt tempo.

Vill man läsa och förstå dom olika bitarna mer djupgående så är ett tips,  
E-handel i praktiken- från strategi till affärsnytta  
<https://www.adlibris.com/se/bok/e-handel-i-praktiken-fran-strategi-till-affarsnytta-9789152351123>



# - Globala målen-

## För hållbar utveckling

Agenda 2030 med 17 globala mål för hållbar utveckling syftar till att utrota fattigdom och hunger, förverkliga de mänskliga rättigheterna för alla, uppnå jämställdhet och egenmakt för alla kvinnor och flickor samt säkerställa ett varaktigt skydd för planeten och dess naturresurser. Globala målen är integrerade och odelbara och balanserar de tre dimensionerna av hållbar utveckling: den ekonomiska, den sociala och den miljömässiga.



På sin hemsida kan det vara en bra idé att skriva med hållbarhetstänket, vad gör du som företagare för att arbeta för ett hållbart samhälle? Det kan vara allt från dina

- ❖ Varor/produkter- Är något märke eller speciella varor ekologiska, svanenmärkta, närproducerat eller dylikt?
- ❖ Transporter- Hur transporteras dina varor? Dom kanske transporteras på ett mer miljövänligt sätt?
- ❖ Inredningen i butiken- Vilken typ av inredning har du? Något du har kunnat återanvänt, köpt begagnat eller miljömärkt?
- ❖ Belysningen- Här kan man ställa sig frågan vilken el-leverantör du valt? Jobbar elbolaget med närproducerad och förnybar el? Vilka lampor används? När, var, hur lyser det?
- ❖ Hjälparbete- Stödjer företaget på något sätt hjälporganisationer?
- ❖ Återvinning- hur återvinner ni papp/ plast m.m.?

Att skriva med vad just du gör som företag visar upp att man tycker detta är en viktigt fråga och sätter nog en seriös stämpel på ditt företag.

## Ingen kan göra allt men alla kan göra något

