



# E-commerce Playbook

Nå ditt neste  
netthandelsmål



# Introduksjon

Uansett hvor du er i din netthandelsprosess – kanskje du fyller dine første virtuelle hyller, eller utvider virksomheten til nye internasjonale markeder – veien videre er full av muligheter.

**USD 1,4  
billioner**

forventet netthandelsvekst  
innen 2025<sup>1</sup>

**4,6  
milliarder**

så mange kommer til å handle på nett  
i 2024 – en økning på 34 % fra 2020<sup>2</sup>

**77 %**

antall internettbrukere globalt som  
kjøper produkter på nett hver måned<sup>3</sup>

Vi har satt sammen denne playbook-en for å hjelpe deg med å skille deg ut i dette spennende og konkurransepregede landskapet. Den er delt opp i fem letteselige kapitler. Du kan lese den fra perm til perm, eller gå til spesifikke områder ved hjelp av vår praktiske fargekoding.

## Netthandel er fremtiden. Så la oss sørge for at de neste stegene du tar teller!

Informasjonen gitt i dette dokumentet utgjør ikke noen juridisk, skattemessig, økonomisk, regnskapsmessig eller handelsmessig rådgivning, men er ment å gi generell informasjon knyttet til forretningsvirksomhet og handel. Innholdet, informasjonen og tjenestene er ikke en erstatning for råd fra en kompetent fagperson, for eksempel en advokat med bevilling, et advokatfirma, en regnskapsfører eller en finansiell rådgiver.

Vær oppmerksom på at hvis det ikke finnes en lokal versjon av en ekstern kobling, blir du videresendt til en versjon av siden som er på engelsk eller originalspråket.

1. [Euromonitor International](#) 2. [Statista, Digital Marketing Outlook, Sept 2020](#) 3. [We Are Social/Hootsuite](#)

# Innhold

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 1. Å komme i gang med netthandel | S03 |
| 2. Få orden på butikken din      | S07 |
| 3. Forstå kostnadene             | S12 |
| 4. Skap kundelojalitet           | S18 |
| 5. Åpne dører til nye markeder   | S23 |

## Kapittelseksjoner

### MULIGHETER

Oppdag nye muligheter  
via undersøkelser  
og analyser

### NESTE NIVÅ

Få idéer til hvordan du  
kan finjustere planen din  
og nå målene dine raskere

### TILTAK

Ta praktiske  
steg som hjelper  
bedriften din å vokse

### INNSIKT

Nyt godt av  
innsidekunnskap som  
kan hjelpe deg med  
å ta avgjørelser

## Kapittel 1:

# Å komme i gang med netthandel

I begynnelsen kan det å ha en tydelig strategi, forstå markedet og organisere logistikken din føre til store fordeler for nettbedriften din.

## MULIGHETER

## Hvorfor netthandel? Omnikanal-effekten

Netthandel handler om lettvinthet. Derfor kan du få et fortrinn hvis du sørger for å ha en sømløs omnikanal brukeropplevelse ved å optimalisere nettstedet ditt på tvers av enheter.

**90 %**

Omnikanaler klarer å beholde **90 %** flere kunder<sup>4</sup>

**13 %**

Den gjennomsnittlige ordresummen er **13 %** mer på omnikanaler enn enkle kanaler<sup>4</sup>

**2,5x**

Kjøpsfrekvensen er **2,5x** høyere for omnikanaler enn enkle kanaler<sup>4</sup>

4. [Omnisend](#)

## TILTAK

## Planlegg

Forretningsplanen din trenger ikke være 50 sider lang eller skrevet i stein. Dagens netthandelsmiljø er i konstant endring, og da er det bedre å være fleksibel. Her er noen viktige ting du kan inkludere i planen din:

- **Målgruppe:** Hvem er kundene dine, og hvilke land bor de i? Er de enkle å nå med frakt på tvers av landegrenser?  
(Les mer om frakt over landegrenser i [Kapittel 3](#))
- **Markedsføring og budskap:** hvordan skal du nå publikumet ditt og bygge merkevaren din?
- **Økonomiske anslag:** planlegg forventede utgifter, salg og inntekter
- **Milepæler og mål:** hva skal du ha oppnådd i løpet av én måned, seks måneder, ett år?
- **Team og ressurser:** tenk over teammedlemmer, partnerskap og leverandører

Du finner mange maler på nett, og mange av disse er gratis. Utforsk alternativene og finn ut hva som passer best for deg.

For eksempel [er denne malen fra Shopify gratis](#), detaljert og enkel å fylle ut.

## INNSIKT



## ShippyPros tips for å bygge en omnikanal

Med en omnikanal kan du tilby en bedre kundeopplevelse og få mest mulig utbytte av alle de forskjellige kontaktmulighetene dine. Her er noen av ShippyPros tips for å skape en vellykket omnikanalstrategi.

- 1 Samle teknologien din:** Samle alle de forskjellige plattformene dine, og invester i ett pålitelig ordre- og administrasjonssystem, slik at du vet hva som foregår ved hvert kontaktpunkt og har oversikt over beholdning og forsendelser.
- 2 Forstå kundenes behov:** Be kundene om tilbakemelding for å bedre forståelse for behovene og forventningene deres. Analyser oppførselen deres på nettstedet ditt, og endre fokus for strategien din i henhold til disse resultatene.
- 3 Kjenn markedet:** Se hva de globale konkurrentene driver med. Undersøk bedrifter som tilbyr de samme produktene som deg, og i samme segment generelt, for å finne ut hvor strategien din kanskje må justeres for å være like god som (eller bedre enn) deres.

**Francesco Borghi, CEO, ShippyPro**

## TILTAK

## Gjør deg klar til å oppskalere leveransekjeden din

En sunn leveransekjede er hjertet i enhver vellykket nettbedrift.

Her er noen viktige ting du kanskje bør vurdere når du oppretter leveransekjeden din.



### Fordeler og ulemper ved lokal vs internasjonal produksjon

Lokal produksjon kan bety lavere leveringskostnader, mens internasjonale innkjøp gir større utvalg. Velg alternativet som passer forretningsplanen din best.



### Bruk analyser for å forbedre og innovere

Netthandelsanalyse gir innsyn i alt fra hvordan kundene samhandler med nettstedet ditt, til hvilket innhold som er mest populært. **(Finn ut mer i [Kapittel 4](#))**



### Solide leverandørforhold

Det er mange fordeler ved å ha et godt forhold til leverandører, fra gunstige priser til færre forsinkelser. Ting du kan gjøre for å oppfordre til dette inkluderer innsyn fra begge sider, åpen kommunikasjon og å være oppmerksom på kulturelle forskjeller.



### Vurder å sette ut tjenester til en tredjeparts logistikkleverandør (3PL)

3PL-leverandører byr på omfattende, ofte samlede, løsninger for emballasje, oppbevaring, transport og ordrefullføring. Fordeler inkluderer kostnads- og tidsbesparelser, større skalerbarhet, økt kundetilfredshet og enkle returer.



### Få mest mulig utbytte av den nyeste leveransekjedeteknologien

Programvare for leveransekjeder er utformet for å sørge for at avdelingene dine – fra lager til salg – samarbeider harmonisk. Den tilbyr strømlinjeformede prosesser, sinnsro og mer tid til å jobbe med å fremme merkevaren din.



### Velg en veletablert logistikkleverandør

Logistikken kan være avgjørende for bedriften din. Ved å bruke en pålitelig leverandør kan du tilby levering som fører til positive tilbakemeldinger og sørger for at kundene kommer tilbake, og du kan enkelt sende varer over landegrensene. **[FedEx har en rekke netthandelsløsninger](#)** for å dekke behovene dine, fra neste dags-levering, tidsbestemte tjenester til fleksible leveringsalternativer og integrerte forsendelsesløsninger.



## NESTE NIVÅ

## Perfeksjoner markedsføringsstrategien din

Forretningsplanen din inkluderer utvilsomt gode detaljer om markedsføring, og hvordan du kan nå kunder og øke salget. Men hvordan kan du ta den enda lenger?

- **Ta sosiale medier seriøst: 53,6 % av verdens befolkning** bruker sosiale medier.<sup>5</sup> Få mest mulig utbytte av betalte annonser via kanaler som Google Ads, Microsoft Advertising og Facebook Ads, samt naturlig markedsføring på Facebook, Instagram og Twitter.

Ta deg tid til å finne ut hvilke plattformer som fungerer best for bedriften din. LinkedIn,<sup>6</sup> er for eksempel desidert mest populær for salg fra bedrift til bedrift – **96 % av de som markedsfører innhold for bedrifter** bruker LinkedIn til markedsføring på sosiale medier, og **97 % av bedrifter som selger til forbrukere** bruker Facebook.<sup>7</sup>

- **Vurder markedsføring via jungeltelegrafen: 90 %** er mer åpne for å stole på en merkevare de har fått anbefalt av andre – selv om anbefalingen kommer fra en fremmed!<sup>8</sup> Jungeltelegrafen starter som regel naturlig, takket være kvaliteten på produktet ditt og positive brukeropplevelser, men en markedsføringskampanje kan hjelpe den på vei. Dette vil også si å rette markedsføring mot influencere og merkevareambassadører.
- **Styrk søkemotoroptimaliseringen din utenfor siden:** Tenk sosiale medieplattformer, gjesteinnlegg og omtale fra influencere og bloggere. Koblinger til sidene dine på andre velrenommerte plattformer kan også øke søkemotorrangeringene dine.

5. [We Are Social/Hootsuite](#) 6. [Content Marketing Institute](#) 7. [Content Marketing Institute](#) 8. [Invesp](#)

## Kapittel 2:

# Få orden på butikken din

Det å bygge en stor kundebase (og dermed en lønnsom bedrift) begynner med å vite hva dagens forbrukere ønsker. Du kan deretter bruke denne kunnskapen for å planlegge, lansere og administrere nettbutikken din.

## MULIGHETER

## Det kunder forventer av handelsopplevelser på nett

**87 %** av kunder sier at de ønsker en personlig tilpasset og konsekvent opplevelse på tvers av handelskanaler.<sup>9</sup>

**83 %** av internettbrukere verden over sa at rask og enkel betaling var det mest verdifulle aspektet av kjøpsopplevelsen.<sup>10</sup>

**64 %** Globalt sett ønsker 64 % av brukere gratis frakt på bestillingene sine.<sup>11</sup>

9. [Cision/BRP](#) 10. [iVend Retail](#) 11. [Shopify](#)

## TILTAK

## Øk trafikken via søkemotoroptimalisering

Å få besøkende på nettsiden din er avgjørende. Deretter må du gjøre disse besøkende om til betalende kunder og salg. Slik kan du finne nye kunder til nettbedriften din via søkemotoroptimalisering.

- **Finn nøkkelordene dine:** Bruk nettverktøy for å finne nøkkelord og -fraser. Det er disse en internettbruker mest sannsynlig vil skrive inn i en søkemotor (f.eks. Google, Bing og Yahoo) for å lete etter et produkt, og de er avgjørende for å tiltrekke trafikk.
- **Optimer søkemotoroptimalisering (SEO) på siden:** Nå som du har nøkkelordene dine, kan du bruke dem i dine overskrifter, nettadresser, blogginnlegg og metadata (dataene som gir informasjon om siden i HTML og vil påvirke trafikken til nettstedet ditt og engasjementet, noe som direkte påvirker SEO og rankinger). HubSpot, en markedsføringsekspert for programvare, anbefaler at nøkkelord utgjør 0,5 % av teksten din.<sup>12</sup>
- **Optimer for mobil:** etter hvert som netthandel på mobil blir mer og mer vanlig, bør det være en prioritet å ha et nettsted som er tilrettelagt for mobiltelefon.
- **Analyser dataene dine:** Brukeroppførselsrapporter og Google Search Console (GSC) kan hjelpe deg med å finne ut hvilke av sidene dine som får mest trafikk – og hvilke som må tilpasses. **(Se mer om analyse i [Kapittel 4](#))**
- **Lær å bruke Google Ads:** Med den enorme rekkevidden Google har, gir det mening å drive trafikk til nettstedet ditt ved hjelp av annonseringsmodellen betal-per-klikk. I tillegg til å hjelpe deg med å nå flere potensielle kunder og få flere til å kjøpe, kan du angi et månedlig budsjett for å kontrollere utgiftene.



12. [HubSpot](#)



## INNSIKT



## Tid for å sende: det du må tenke på

Leveringene dine verden over en forlengelse av bedriften din, så det er viktig at de gjenspeiler servicenivået du tilbyr. Når det gjelder forsendelsesstrategien din, ta følgende med i beregningen:

- 1 Samarbeid med en pålitelig logistikkleverandør:** velg en leverandør du er sikker på vil gi deg forretningskontinuitet. Sørg for at de er enkle å samarbeide med, og har den globale og lokale kunnskapen som trengs for å vokse sammen med deg og matche med ambisjonene dine. Hos FedEx har vi for eksempel flere tiår med tollkunnskap, flotte **tollverktøy** og en rekke internasjonale tjenester som tilrettelegger for vekst både på tvers av landegrenser og globalt.
- 2 Forsendelseskostnader:** sats på dør-til-dør-alternativer med alt inkludert, som dekker ting som henting, levering og fortolling i en samlet kostnad. Se på levering som en del av den fullstendige kundeopplevelsen du leverer, og vurder hva som føles riktig for å bevare lojaliteten deres.
- 3 Angi priser:** de fleste forventer gratis frakt på kjøp over et visst beløp, men du kan alltid subsidiere dette med en liten økning på fraktprisene under dette nivået.<sup>13</sup> Dette vil dessuten øke handleverdiene totalt.<sup>14</sup>
- 4 Kundenes behov:** dette kan variere fra marked til marked, men tenk på hva kundene er ute etter, enten det er gratis frakt eller mer bærekraftige fraktnalternativer.

**Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager, FedEx Express**

## TILTAK

## 5 trinn til vellykket forsendelsesprosess

Her er fem måter du kan skape en forsendelsesprosess som optimaliserer kostnader, effektivitet og bærekraft:

- 1** Undersøk de beste alternativene for plassering av lageret
- 2** Velg riktig modell for ordrefullføring:  
**Internt:** Der du selv håndterer alle delene av ordrefullføringen for netthandelen  
**3PL:** Der du setter ut logistikken til en tredjepart  
**Drop shipping:** Når du ikke har produkter på lager selv, men kjøper dem fra en tredjepart når en kunde bestiller noe fra deg
- 3** Finn ut mer om krav til merking og emballasje, både innenlands og internasjonalt
- 4** Skap en mer personlig tilpasset opplevelse ved å vurdere flere betalingsmetoder, valutaer og leveringsalternativer
- 5** Integrer teknologi for å administrere bestillinger på tvers av forskjellige salgskanaler. Bruk verktøy som [FedEx-fraktkalkulatoren](#) for tjenester som ikke er underlagt kontrakt, og [kontakt en av salgsrepresentantene våre](#) for å få en god oversikt over kontraktpriser.





## 4 idéer for å forsterke merkevaren din

1

Live spørsmål og svar på sosiale medier

3

Behind-the-scenes videoer

2

Trinn-for-trinn innhold på nettstedet

4

Kasusstudier

### NESTE NIVÅ

## Teknologi som hever bedriften din til nye høyder

Som netthandelsbedrift har du mange alternativer til å forbedre det du har å by på med smart teknologi. Her er fire eksempler.

- **Data for personlig tilpassede opplevelser:** Fremskritt innen kunstig intelligens gjør det lettere å dekke kundenes personlige behov. Dette inkluderer utsending av tilbud, anbefalinger og annonser som er spesifikt relevante for dem.
- **Utvidet virkelighet (AR) for en altoppslukende opplevelse:** AR har mange bruksområder for netthandelbutikker, fra virtuelle funksjoner for å prøve klær, til direktesending av produktlanseringer.
- **Chatroboter drevet av kunstig intelligens:** Disse smarte virtuelle assistentene er ideelle for å engasjere kunder, besvare spørsmål og raskt forbedre den generelle kundeopplevelsen.
- **Lokaliseringsteknologi:** Bruk av lokaliseringsprogramvare og flerspråklige tillegg lar deg gi kundene muligheten til å bruke nettstedet ditt på sitt eget språk.

Kapittel 3:

## Forstå kostnadene

Den globale pandemien har skapt utfordringer for bedrifter verden over, men å holde seg fleksibel og ha kontroll på budsjettet kan gjøre det enklere å gå fremtiden i møte.



## MULIGHETER

## Netthandel: Hva koster det?

Hvor mye du bruker på å drive nettbedriften din vil avhenge av bedriftens størrelse og produktene du selger, men her er noen vanlige utgifter du bør ta med i beregningen.



### Nettside

Det koster penger å starte et nettsted, og deretter kan du ha pågående vedlikeholdskostnader for ting som et domenenavn, netthosting, betalingsprogramvare og nettsteddesign/-bygging/-vedlikehold. Kostnadene dine kan også variere avhengig av hvorvidt du har opprettet ditt eget nettsted, eller selger produkter via en digital markeds plass.



### Markedsføring

Når du har bygget nettstedet ditt, kan du komme i gang med å tiltrekke kunder på tvers av forskjellige kanaler. Hvor mye du bruker på dette avhenger av budsjettet ditt, men de fleste små bedrifter bruker mellom 7 % og 12 % av sin totale omsetning.<sup>15</sup> (Gå til [Kapittel 1](#) for å finne ut mer om markedsføringsstrategien din)



### Oppbevaring

Etter hvert som netthandelen din vokser, kan det samme gjelde varebeholdningen din. Du kan komme til å trenge mer plass til å oppbevare produktene dine, så ta lagerrelaterte utgifter med i beregningen, f.eks. leie, forsikring og kostnadene ved å fortsette å oppbevare usolgt varebeholdning.



### Forsendelse

Disse avhenger av hvor du skal sende varen og hvor raskt den skal leveres. FedEx tilbyr en rekke tjenestealternativer som dekker forskjellige tidsplaner og behov. For mer informasjon besøk [tjeneste-siden](#) vår eller [kontakt oss](#) for et personlig tilpasset tilbud.



### Retur-forsendelser

Forbrukere i dag forventer en sømløs – og gratis – returordning.<sup>16</sup> All retur medfører utgifter, for å legge ut varen på nytt eller fjerne den fra butikken din.



### Forsikring

En robust forsikring koster penger, men kan beskytte deg og bedriften din mot produktskader eller katastrofale avbrytelser av driften.



### Avgifter

Selskapsskatt kan være komplisert, særlig etter hvert som bedriften din blir større. Det kan være lurt å betale en revisor for å håndtere skatter og avgifter for deg.



### Vi støtter småbedrifter med opptil EUR 50 000

Høsten 2021 avholdt vi FedEx Small Business Grant-konkurransen for å gi gründere anledningen til å gjøre fremskritt for bedriften sin.

15. [BigCommerce](#) 16. [Invesp](#)

**TILTAK**

## Velg riktig økonomisk modell

En økonomisk modell sporer bedriftens ytelser, slik at du kan oppnå målene dine og forutse fremtidige resultater. Her er to grunnleggende metoder du kan prøve:

### Ovenfra og ned

Forutse din fremtidige suksess ved å evaluere markedet du skal inn i. Anslå markedsstørrelse, analyser salgstrender og beregn hvilken andel av dette markedet som trolig vil kjøpe fra bedriften din.

### Nedenfra og opp

Forutse suksess ved å fastslå hva du trenger for å komme inn på markedet. Anslagene er basert på diverse faktorer, inkludert hvor mange ansatte du trenger, driftskostnader og hvor mange kunder du trenger for at bedriften skal være lønnsom.

17. [Vend](#)

**INNSIKT**

## Forklaring av toll, avgifter og Incoterms



Toll og avgifter gjelder for internasjonale forsendelser. Du velger om du eller kunden betaler når du velger Incoterms® – International Commercial Terms.

### Toll og avgifter påvirker bedriften din på tre måter.

- **Økonomisk:** hvis det er du som betaler for toll og avgifter, kan det påvirke fortjenestemarginen din og gjøre varene dine dyrere, hvilket kan redusere salgsraten din.<sup>17</sup>
- **Driftsmessig:** toll og avgifter som ikke betales når de skal kan føre til fortollingsforsinkelser og treg leveringstid.
- **Kundeopplevelse:** kunder kan velge å ikke kjøpe varene dine når de blir oppmerksomme på tilleggskostnader.

Hvis du velger å la kundene betale toll og avgifter, sørg for å informere om dette tidlig i handelsprosessen og i kassen.

**Joost Sarolea, Senior Product Manager for E-commerce, FedEx**

**TILTAK**

## 4 metoder for å få mest mulig utbytte av budsjettet ditt

Det kan være vanskelig å håndtere kostnadene etter hvert som forbrukernes behov vokser og endrer seg. Disse idéene kan hjelpe deg med å maksimere budsjettet ditt for å dekke økt etterspørsel.

### 1 Send over landegrenser

Frakt over landegrenser er når alle varene dine befinner seg i ditt eget land, i stedet for på lager i de forskjellige landene du sender til. Dette kan redusere kostnadene ved å oppbevare varebeholdningen andre steder, hjelpe deg med å svare på bestillinger raskere og gjøre lagerstyring enklere, siden beholdningen, personalet og infrastrukturen er samlet på ett sted.

Ved å satse på raskere fraktalternativer, heller enn å oppbevare beholdningen på forskjellige steder, kan du også redusere leveringstidene. Oppdag raske, pålitelige forsendelsestjenester fra FedEx [her](#).

### 2 Del fraktkostnadene

Frakt kan fort bli dyrt, særlig når du må ta emballasje, personale og import- og eksportgebyrer med i beregningen. For å minimere innvirkningen på budsjettet ditt, bør du vurdere å kreve at kunder som handler på nett skal betale for frakt av mindre varevolum.

### 3 Få finansieringshjelp

Det kan være lurt å undersøke offentlige økonomiske støtteprogrammer i området ditt, som er spesifikke for din bransje. [Your Europe](#) er en nettressurs som viser deg hvilke stipender, kontrakter og finansieringsmuligheter som er tilgjengelige i ditt land.

### 4 Reduser returene

Du kan ikke garantere at kundene velger å beholde varer, men du kan redusere faren for en kostbar retur, for eksempel ved å oppgi omfattende produktdetaljer på nettstedet ditt for å gi riktige forventninger, ved å målrette markedsføringen for å sørge for at produktene ender opp i de riktige hendene, og utvide tidsrammene for retur.

## NESTE NIVÅ

## Idéer for hvordan du kan øke kundenes forbruk

Her er et par forslag til hvordan du enkelt kan oppfordre til kjøp ved forskjellige kontaktpunkter i løpet av kundens besøk.

- **Fremhev tilbud på nettstedet**

Gjør kampanjer svært tydelige på nettstedet ditt, særlig på hjemmesiden, siden dette på mange måter er butikkvinduet ditt.

- **Tilby gratis frakt over et bestemt beløp**

Dette kan oppfordre kundene til å bruke mer penger på nettstedet ditt. Så salgstallene dine går opp og kundens fraktkostnader går ned – det er en vann-vann-situasjon. FedEx® International Connect Plus\* lar deg tilby kundene dine rimelig eller gratis frakt.

- **Hold produktsidene oppdatert**

Sørg for at beskrivelser og bilder er oppdatert, for å redusere sjansen for at kundene blir skuffet og velger å returnere varen.

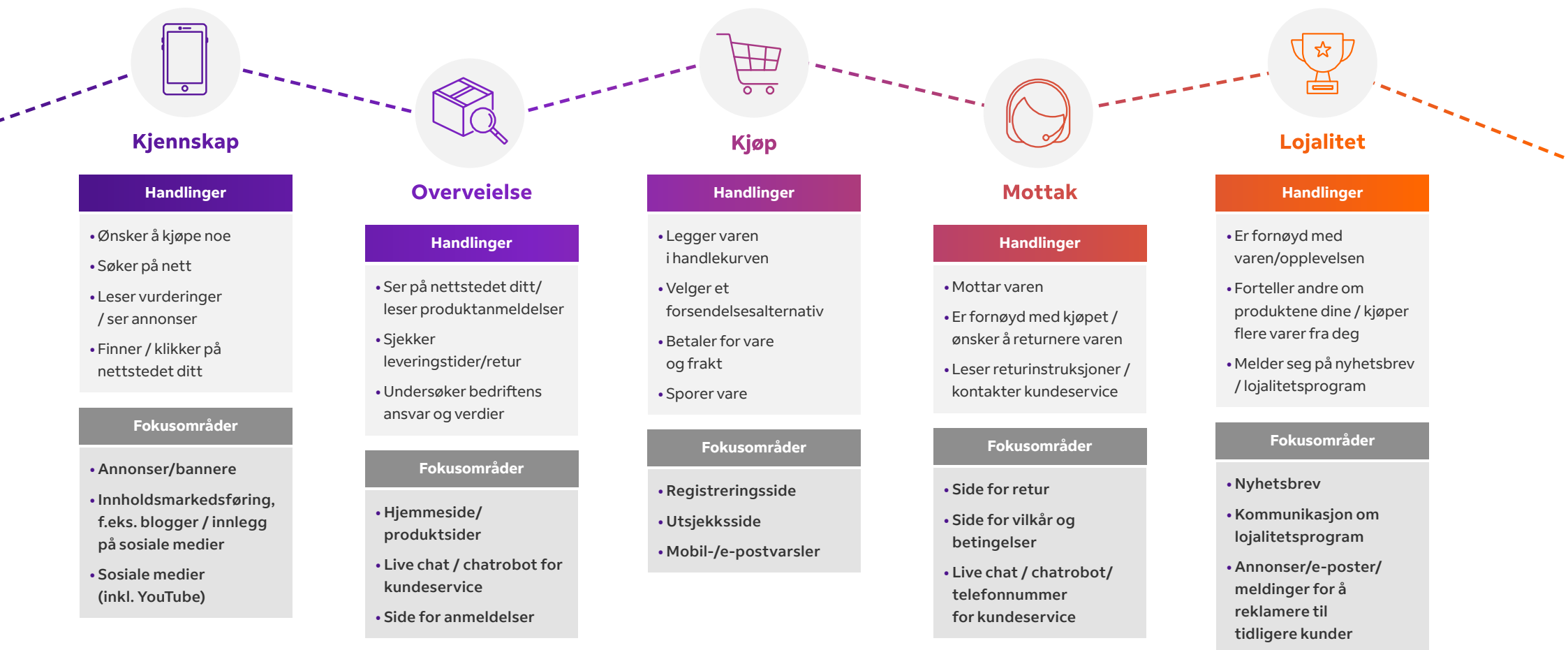
- **Benytt deg av sosiale verktøy**

Vurder å bruke verktøy som [Shopify's Instafeed og UGC-appen](#), som reduserer trinnene i kassen ved å la kundene kjøpe direkte fra feeden sin på sosiale medier.



\*FedEx® International Connect Plus er for øyeblikket kun tilgjengelig fra 10 land: Storbritannia, Tyskland, Frankrike, Italia, Spania, Polen, Østerrike, Sverige, Belgia og Nederland.

# Oversikt over kundenes netthandelsreise\*



\*Dette kundereisekartet er basert på informasjon innhentet fra følgende eksterne kilder: Bright Vessel, BigCommerce og VoiceSage.

## Kapittel 4:

## Skap kundelojalitet

Forskning viser at en rask økning i netthandel, forårsaket av pandemien, førte til flere endringer i kundeatferden. Én av disse var en reduksjon i kundelojaliteten og en økning i antall kunder som prøvde ut nye merkevarer og produkter.<sup>18</sup>

Derfor er det viktigere enn noensinne å bygge kundelojalitet – og heldigvis er det mange måter du kan gjøre det på ...





## MULIGHETER

## Hvordan kan nettanalyse skape lojalitet?

Nettstedsanalyse kan være et svært effektivt hjelpemiddel, og kan fremheve eksisterende mønstre for kundeadfærd og hjelpe deg med å øke lojaliteten ved å:

- **Tilby dyptgående innsikt** som styrker forståelsen din av hver kundes individuelle behov, slik at du kan skreddersy tilbudet ditt
- **Integrere kjøpsdata i sanntid** med historiske data for å gi målrettede anbefalinger ved salgstidspunktet
- **Overvåke kundereaksjoner** med kampanjer og produktanbefalinger

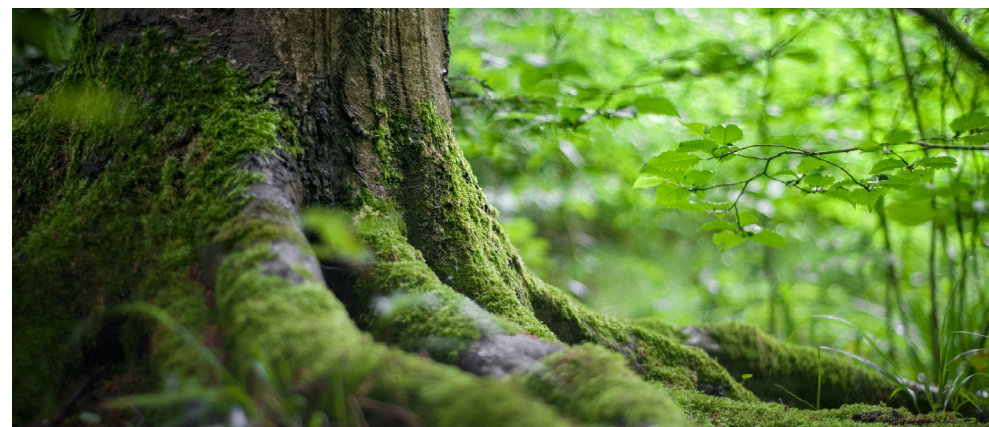
## MULIGHETER

## Bærekraft: grønt lys for suksess

Mange av dagens forbrukere har bærekraft som en hovedprioritet. Faktisk sier én av tre forbrukere globalt at de har sluttet å handle fra enkelte merker på grunn av bekymringer angående bærekraft.<sup>19</sup>

Slik kan du inkorporere bærekraft i strategien din, slik at du kan leve opp til forbrukernes forventninger:

- videreselg brukte/returnerte varer
- vær på utkikk etter bærekraftige og etiske leverandører
- opprett et miljøgebyr i kassen
- hjelp lokalsamfunn og støtt gode saker
- send produkter i gjenbrukbar emballasje – FedEx Reusable Paks er 100 % gjenvinnbare og har en dobbelt forsegling, slik at kundene kan bruke dem hvis de skal returnere varer

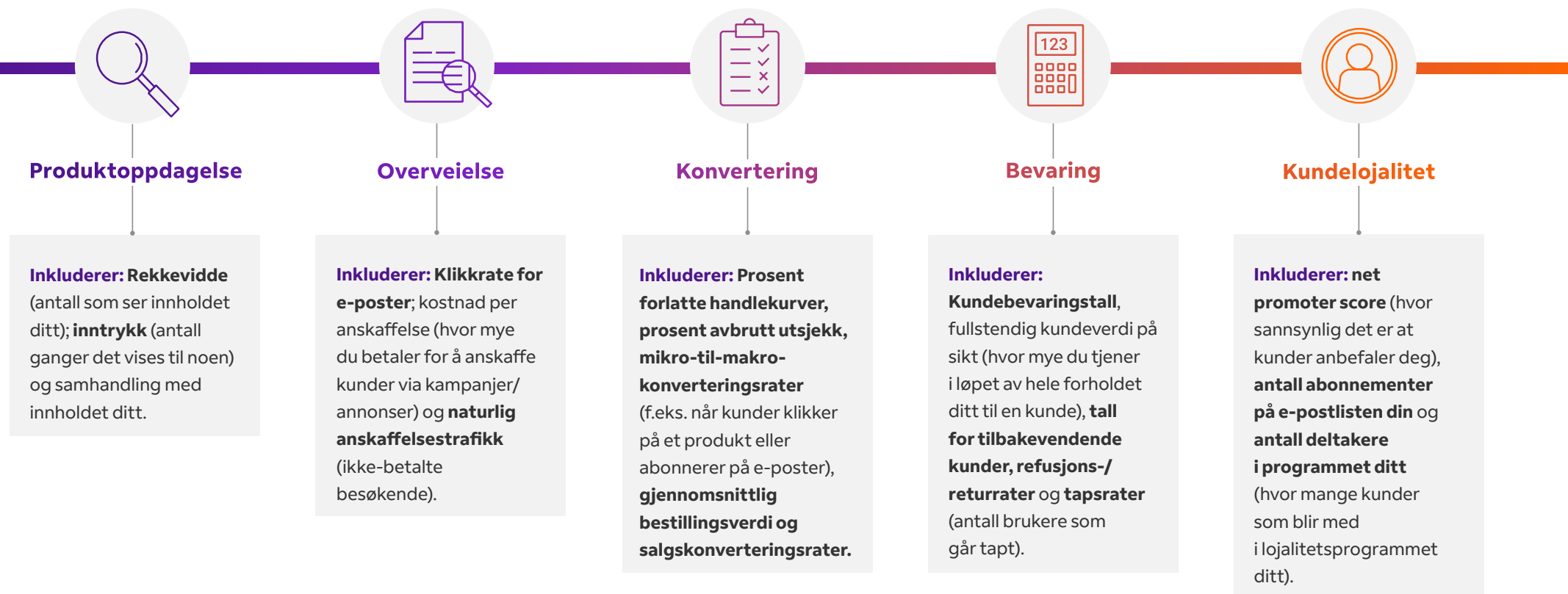


Oppdag hvordan FedEx jobber for å levere en mer bærekraftig fremtid gjennom vårt **Priority Earth**-initiativ.

## TILTAK

## Lær deg de viktigste beregningene

Måleverdier er topp for å måle alt fra konverteringsrater og nettrafikk til antall kunder som forlater handlekurven. Her er noen eksempler på viktige måleverdier fra BigCommerce for netthandelstrakten din – prosessen kunden din gjennomgår før og etter vedkommende utfører et kjøp.<sup>20</sup>



20. [BigCommerce](#)

**TILTAK**

## Send med selvtillit

Bruk av riktige verktøy, løsninger og tjenester kan berolige både deg og kundene dine. Her er et par andre ting du kan gjøre:

- **Ha et bredt utvalg av forsendelsesalternativer:**

Gi kundene både billige og raske alternativer, og vis disse tidlig i kjøpsprosessen (aller helst på hjemmesiden din).

- **Tilpass leveringer: [FedEx Delivery Manager®](#)**

er et lettvint alternativ for kundene, fordi de kan motta pakker der det passer dem, når det passer dem, uten ekstra kostnader.

- **Enkel retur:** Det er avgjørende hvordan du håndterer returer. [FedEx® Global Returns](#) er en ideell løsning som hjelper deg med å begrense kostnader og øke kundelojalitet via positive kundeopplevelser.

For forslag til hvordan du kan klargjøre en fraktstrategi, gå til [Kapittel 2](#).



**NESTE NIVÅ**

## 4 metoder du kan bruke for å beholde nye kunder

Kundereisen er ikke over når varen er levert. Hvis du samhandler med kunder etter leveringen, øker det sjansen for at de velger bedriften din flere ganger, så hjelp dem med å finne tilbake til deg med ting som:

**Nyhetsbrev på e-post**

Tenk på gode overskrifter og oppfordringer til handling

**Engasjerende innhold på sosiale medier**

Husk å bruke bedriftens fortellerstemme konsekvent, slik at den er lett å gjenkjenne

**Investeringer i kundeservice**

Rask respons er veien å gå

**Lojalitetsprogrammer**

Fra belønninger for henvisninger, til rabatter på førstegangskjøp

**INNSIKT**

## Gi leveringene dine et fortrinn i leveringsetappen

For å kunne tilby nettkundene dine en konkurransedyktig leveringsopplevelse, må du først tenke over produktet ditt og den beste måten å levere det på. Har det for eksempel spesifikke behov (f.eks. temperaturkontroll)? Finn ut om det finnes noen regionale eller lokale leveringspreferanser.

Deretter ser du hva du kan gjøre for å tilby en sømløs, problemfri leveringsprosess som passer kundens timeplan. Dette gjør det mer sannsynlig at pakken kan leveres ved første forsøk, hvilket er positivt både for kunden og miljøet.

Du kan også gjøre leveringene dine ekstra sikre ved å tilby et utvalg av signeringsalternativer – i tillegg til å tilby fleksibilitet betyr dette at kundene føler seg tryggere.

**FedEx Delivery Manager®** er en viktig del av vår visjon for å gi kunder mer kontroll og tilby mer bærekraftig levering. Denne løsningen byr på en rekke leveringsalternativer, inkludert endring av leveringsdato og levering til en nabo.

**Akanksha Padhi, Senior Product Manager  
Marketing, FedEx**

## Kapittel 5:

# Åpne dører til nye markeder

Netthandel på tvers av grenser har blomstret opp de siste årene, etter hvert som kundene har latt seg friste av større utvalg og lavere priser, og ser etter produkter utenfor hjemlandet. Internasjonalt netthandel salg utgjør nå 25,5 % av alle europeiske netthandel salg.<sup>21</sup>



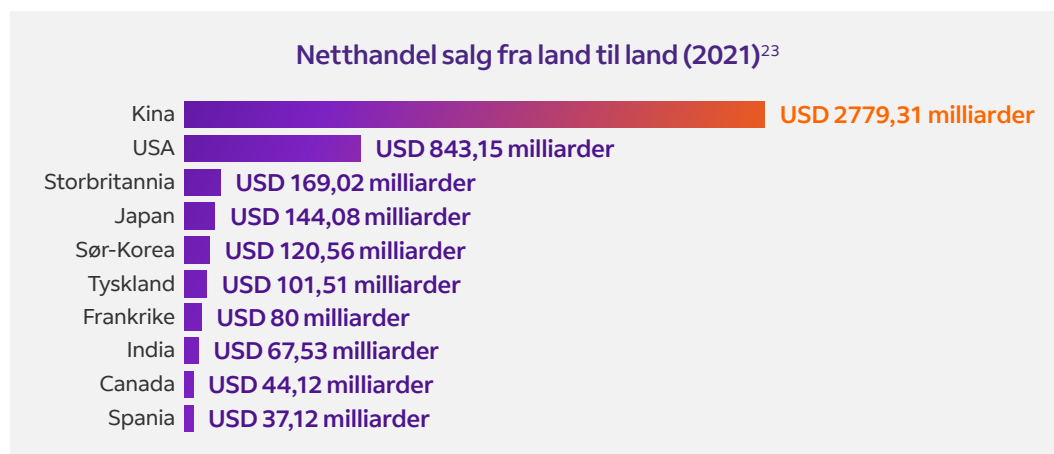
21. [DigitalCommerce360](#)

## MULIGHETER

## Oppdag internasjonale muligheter

Det er kanskje ikke en overraskelse at Kina er verdens største netthandelsmarked, og har flest digitale kunder.<sup>22</sup> Økonomer anslår at netthandel salg vil nå USD 2,8 billioner i Kina innen slutten av året.

Få mest mulig ut av mulighetene i Kina og andre blomstrende netthandelsmarkeder med [våre veiledninger for å satse globalt](#), og se hvilke andre markeder som har høye netthandel salg i grafen nedenfor:



**Når du skal finne muligheter for bedriften din, bør du kanskje ta dette med i beregningen:**

- markedspotensiale og vekst
- hvor det finnes etterspørsel for produktene dine
- konkurrenter og hvilke land de tilbyr levering til
- kostnadene for å sende til de foretrukne markedene dine
- globale kundebehov/forventninger

<sup>22</sup>. [Shopify](#) <sup>23</sup>. [Oberlo](#)

## INNSIKT

## ShippyPros «Kom i mål»-tips

**Råd nr. 1:**

Når du skal inn i et nytt marked, prøv å selge gjennom markedsplasser. Selv om du allerede har et merkevarenettsted, har disse salgskanalerne stor kunderekkevidde i mange markeder.

**Råd nr. 2:**

Ikke undervurder hvor viktig leveringsopplevelsen er for kunden. Som en ny aktør i et marked, kan dette hjelpe deg med å bygge merkevarens omdømme og holde på kundene.

**Råd nr. 3:**

Når du velger logistikkleverandører, ta med i beregningen deres dekning, fleksibilitet og utvalget av leveringsalternativer de tilbyr, sammenlignet med kundeforventningene i det nye markedet ditt.

**Lauriane Couturier, CMO, ShippyPro**

**TILTAK**

## 4 idéer for å skape vekst

- 1 Vurder hvordan du går inn i hvert marked:** skal du bygge, kjøpe eller inngå samarbeid med en etablert bedrift eller en nettbasert markeds plass? Utforsk fordeler og ulemper ved de forskjellige metodene.
- 2 Lokaliser nettstedet ditt:** Kunder foretrekker å kunne bruke nettsider på sitt eget språk og betale i sin egen valuta. Du kan også undersøke og implementere de foretrukne betalingsalternativene for hvert marked.
- 3 Undersøk prisene dine:** Se på hvilke priser konkurrentene har satt for tilsvarende produkter i målmarkedet ditt, og sørg for at prisene dine ikke er for høye eller lave.
- 4 Velg et logistikkselskap du kan stole på:** FedEx® International Connect Plus,\* vår egen frakttjeneste for netthandel, tilbyr rask levering til gode priser.

**NESTE NIVÅ**

## Digitaliser for å optimalisere

Hvis du bruker det nyeste innen automatisering av logistikk, kan det forenkle og effektivisere din internasjonale netthandelsvirksomhet. Slik gjør du det:

- **Raskere internasjonal frakt:** Automatiserte tollverktøy kan sørge for at varene dine krysser grenser raskere. [FedEx® Electronic Trade Documents](#), er for eksempel en enkel gratisløsning som lar deg sende inn tolldokumenter elektronisk, slik at du sparer tid og reduserer faren for forsinkelser ved grensen.
- **Øk effektiviteten og skap en bedre kundeopplevelse:** minutt-for-minutt forsendelsesverktøy knytter sammen de forskjellige delene av bedriften din for å forbedre flyten kraftig. [FedEx® Compatible Solutions](#) hjelper deg for eksempel med å finne tredjepartsløsninger som sømløst integrerer FedEx-frakttjenester i forretningsverktøyene du bruker hver dag, fra markeds plassløsninger som Magento, WooCommerce og Shopify, til forretningsløsninger som SAP, Sage og Salesforce.
- **Enklere klargjøring av internasjonale forsendelser:** Med verktøy som FedEx International Shipping Assist kan du enkelt og presist finne Harmonised System (HS)-koden for den internasjonale forsendelsen din, anslå toll og avgifter, og finne maler for den nødvendige dokumentasjonen.

\*FedEx® International Connect Plus er for øyeblikket kun tilgjengelig fra 10 land: Storbritannia, Tyskland, Frankrike, Italia, Spania, Polen, Østerrike, Sverige, Belgia og Nederland.

## NESTE NIVÅ

## Nyttige ressurser

Ønsker du å oppnå enda mer med nettbutikken din?  
Sjekk ut denne listen over ytterligere ressurser og øk kunnskapen din.

### Strategi

- [FedEx side for netthandel](#)
- [Shopify: E-commerce Business Blueprint](#)
- [BigCommerce: E-commerce Trends That Are Powering Online Retail Forward](#)

### Penger er viktig

- [FedEx: Toll og avgifter](#)
- [WooCommerce: Want more revenue? Improve users' checkout experience](#)
- [PrestaShop: Seven e-commerce web design advices to boost conversions](#)

### Vekst

- [ShippyPro: How to Optimise Your Shipping Process Workflow](#)
- [Magento: How to Drive Outstanding Customer Experiences with Dynamic Pricing](#)
- [Shopify: Five Ways to Grow the Average Order Value of Your Online Store](#)

### Kom i gang

- [ShippyPro: 10 e-commerce shipping best practices you need to know](#)
- [Google for Small Business: Build your online presence in just a few steps](#)

### Kundelojalitet

- [Your Complete Guide to WooCommerce Coupons](#)
- [PrestaShop: Web performance: why it is so important and how to optimize it](#)
- [ShippyPro: Cart Abandonment: how to fix it \[Best Practices\]](#)

### Ta nettbedriften din videre til neste nivå

Nå neste netthandelsmål med våre raske, pålitelige løsninger og fleksible leveringsalternativer. **Finn ut mer på vår [netthandelsside](#) nå.**