

Dagens deltakere:
Alexander Öqvist (Synlighet)
Tobias Omnes (Klarna)
Geir Østby (Klarna)

Vert: Lars Johanson



lars@synlighet.no



 synlighet Q&A-WEBINAR #14:

MORGENDAGENS NETTHANDEL

Hva gjør vinnerne i dag?

Klarna.





Klarna.

The largest provider of Pay later services in the world. And much more.



Klarna is the highest valued non-listed FinTech in Europe, we hold a Bank License since 2017, and have 3,600+ employees with 1,400+ engineers.

INVESTORS



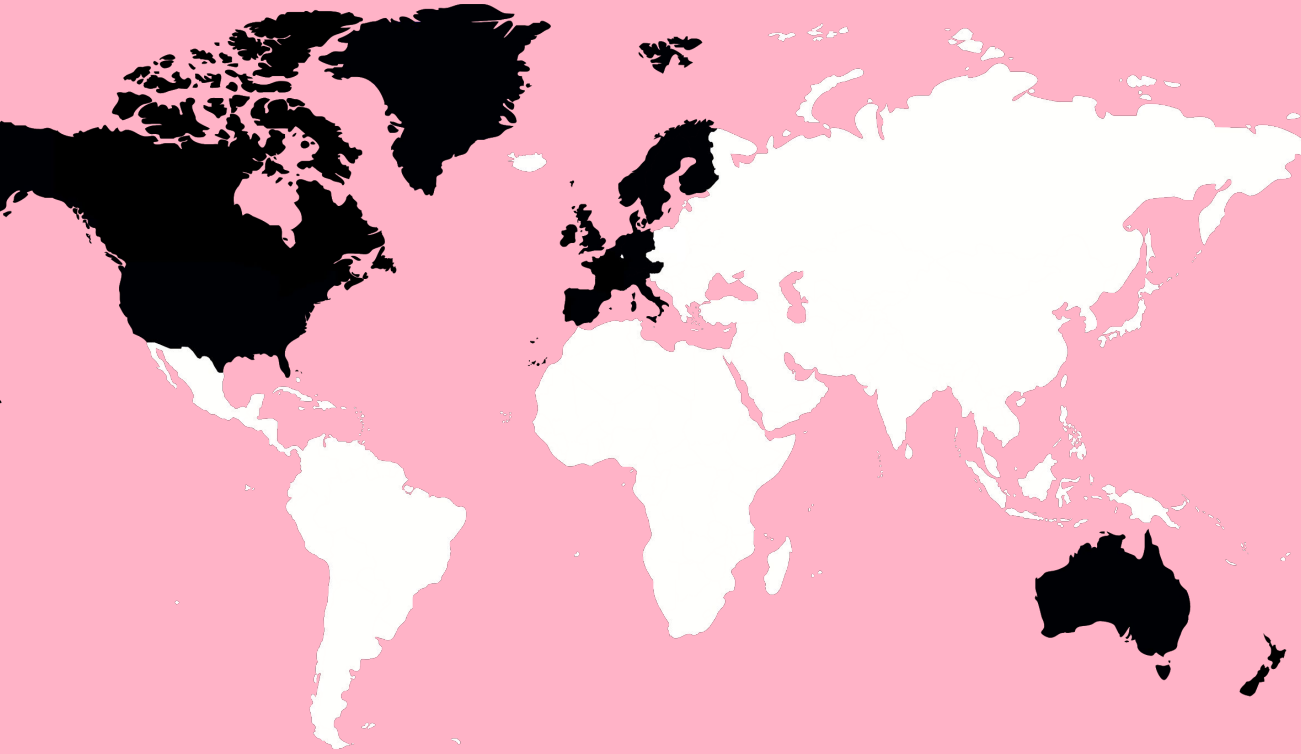
90M global shoppers

2M transactions per day

32M app downloads

250+ thousand retailers

78k+ physical stores



**Three
continents**

**17 core
markets**

US, UK, Australia, Germany, Canada,
Netherlands, Switzerland, Belgium,
Sweden, Austria, Norway, Finland,
Denmark, Spain, Italy, and France.

+11.000 merchants in Norway



HOLZWEILER

SAS

XXL
ALL SPORTS UNITED

høyer

FERNER



JACOBSEN

HH[®]
HellyHansen

NORRØNA



milrab.no
GEARS YOU THERE

MAKEUP MEKKA

BJØRKLUND

Bohus[®]

kondomeriet



norwegian



talkmore

DAVID-ANDERSEN
SINCE 1876

reMarkable

APOTEK1

ARK



Get Inspired.no
treningstøtter på nett

FOLLESTAD

JERNA



TEKNIK
MAGASINET



Klarnas posisjonering og Klarnas brand



71%

of millennials
would rather go to
the dentist than
their bank

Source: Forbes, 2017

An industry that
has lost touch.

CHASE

afterpay

Goldman
Sachs

PayPal

citibank

affirm

Bank of America

Morgan Stanley

PNC

VISA



GE Capital

AMERICAN
EXPRESS

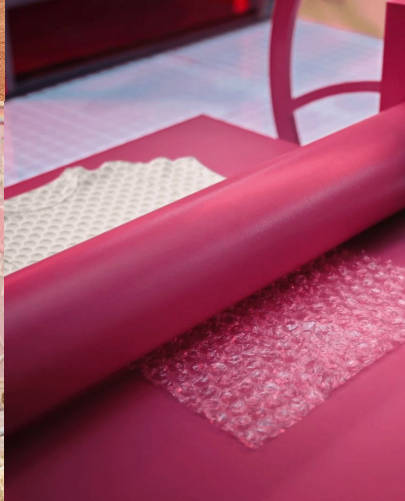
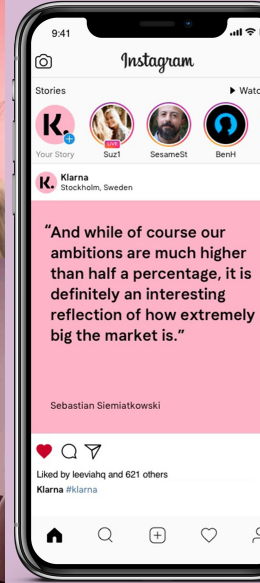
Merrill Lynch

Capital One

Turn boring financial services into a lifestyle brand.



**A taste of the
direction we went:**



Our brand campaigns and partnerships see stunning shopper engagement

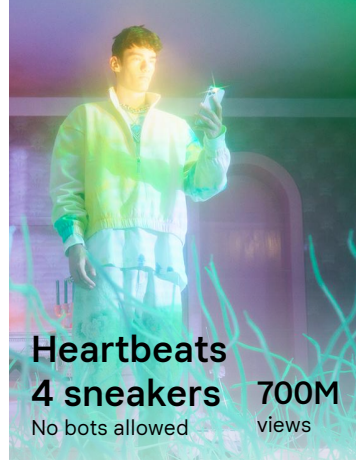
Superbowl

feat Maya Rudolph

6B

press views

THE FOUR
QUARTER-SIZED
COWBOYS



Heartbeats

4 sneakers

No bots allowed

700M

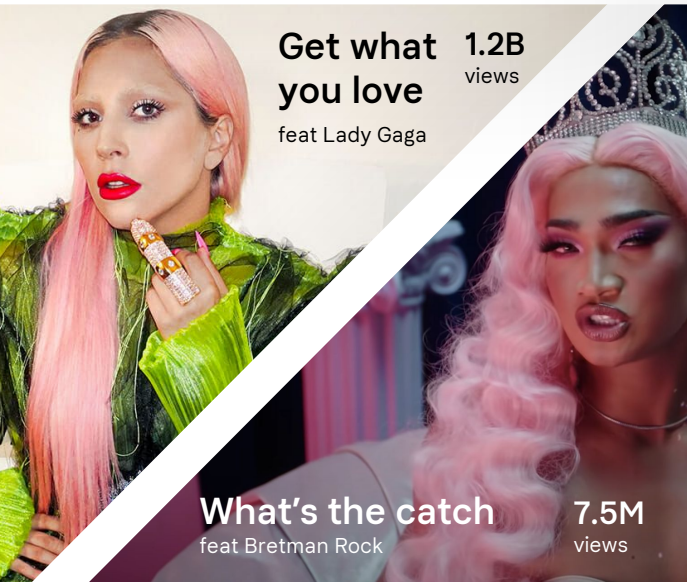
views

Animal crossing

shoppable gaming

105M

views



Get what
you love

feat Lady Gaga

1.2B

views

What's the catch

feat Bretman Rock

7.5M

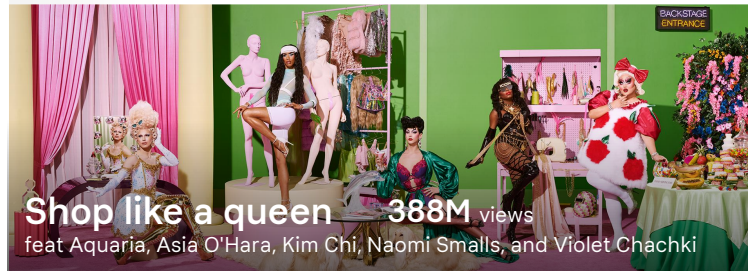
views

Get smooth

feat Smooth Dogg

660M

views



Shop like a queen

388M views

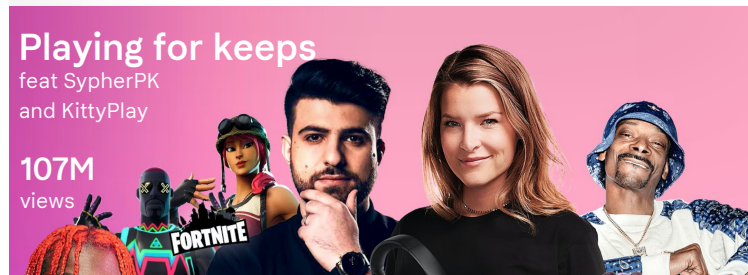
feat Aquaria, Asia O'Hara, Kim Chi, Naomi Smalls, and Violet Chachki

Playing for keeps

feat SypherPK
and KittyPlay

107M

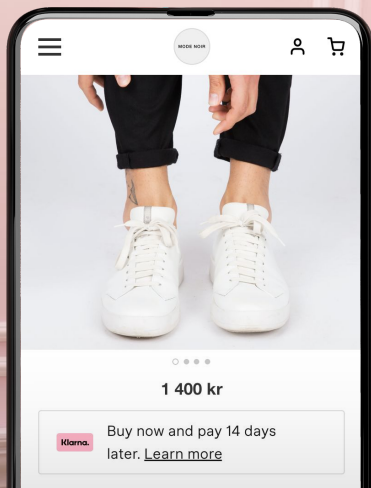
views



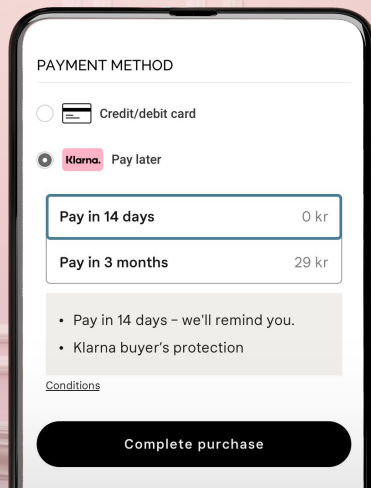
**Much more than
providing smooth
payments**



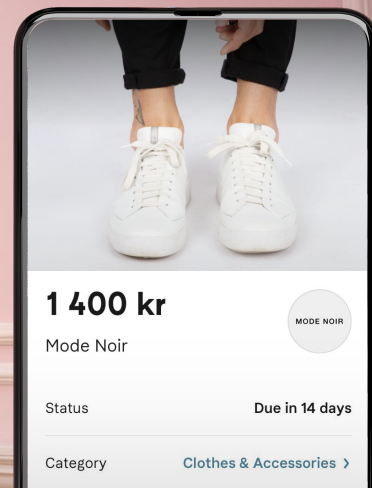
We impact shoppers in 3 stages



Before checkout

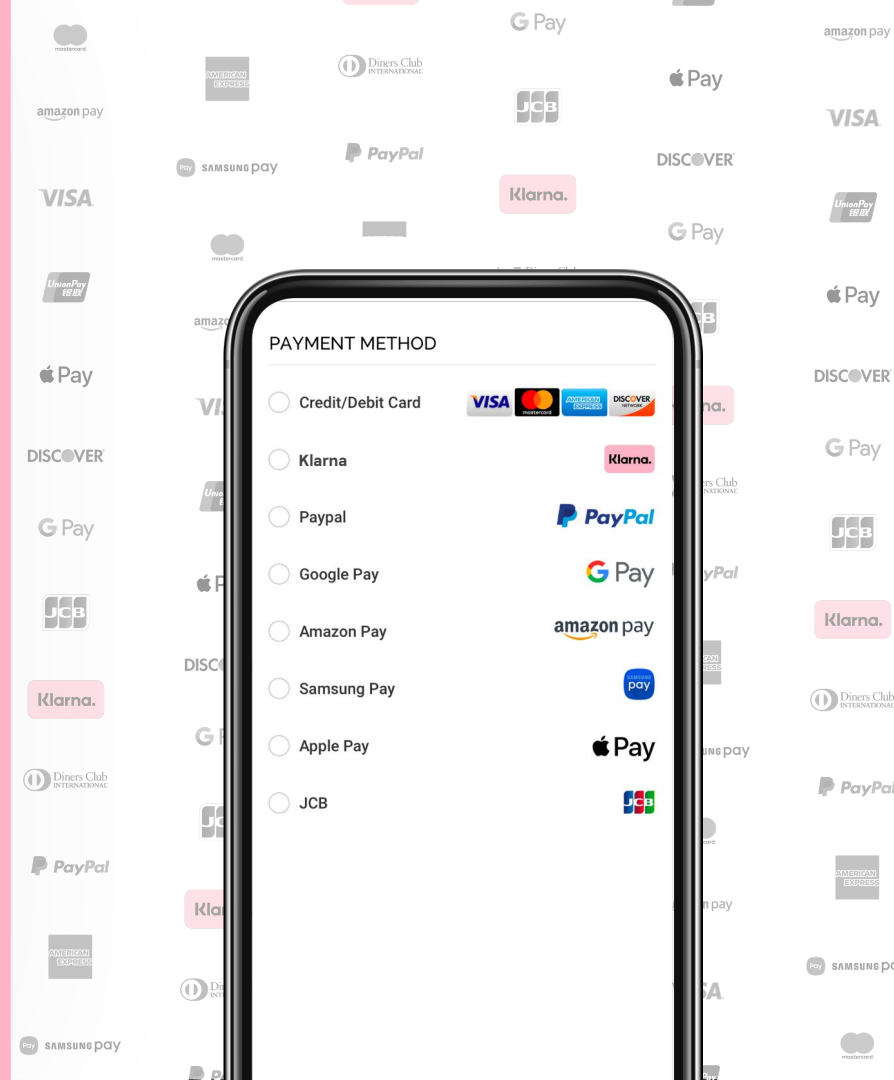


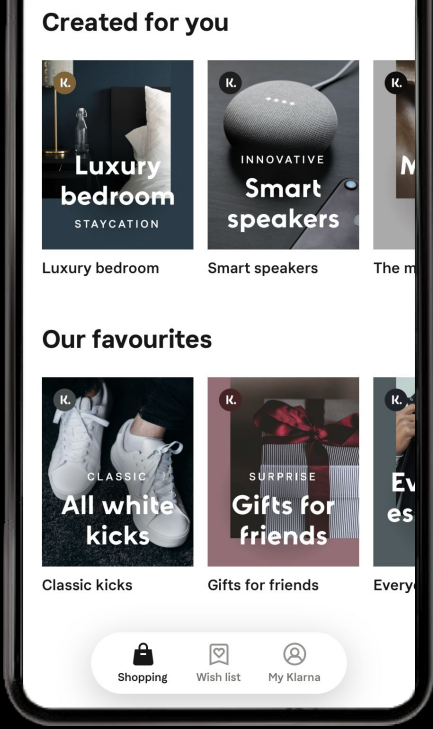
During checkout



After checkout

Why people click Klarna



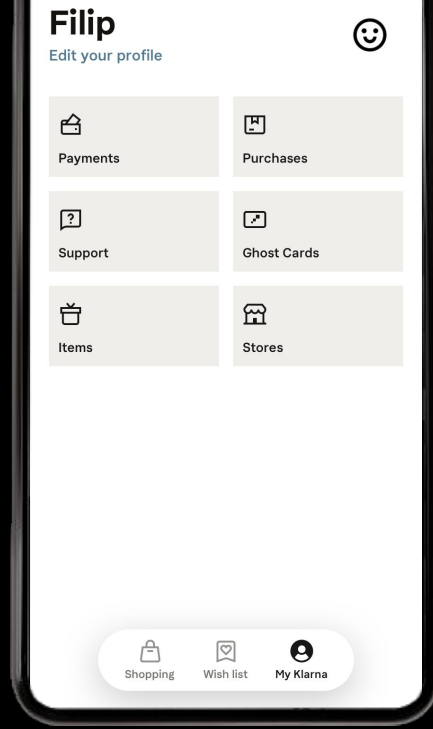
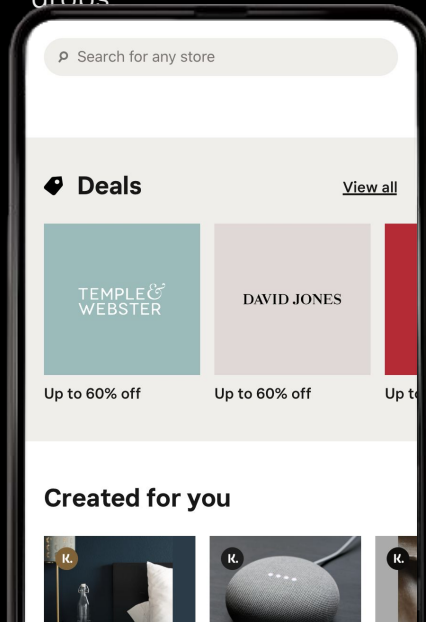


Inspiration.

We inspire users with personalized wish lists curated by our shopping experts, daily new looks based on their preferences and allow users to inspire each other by following user

Value.

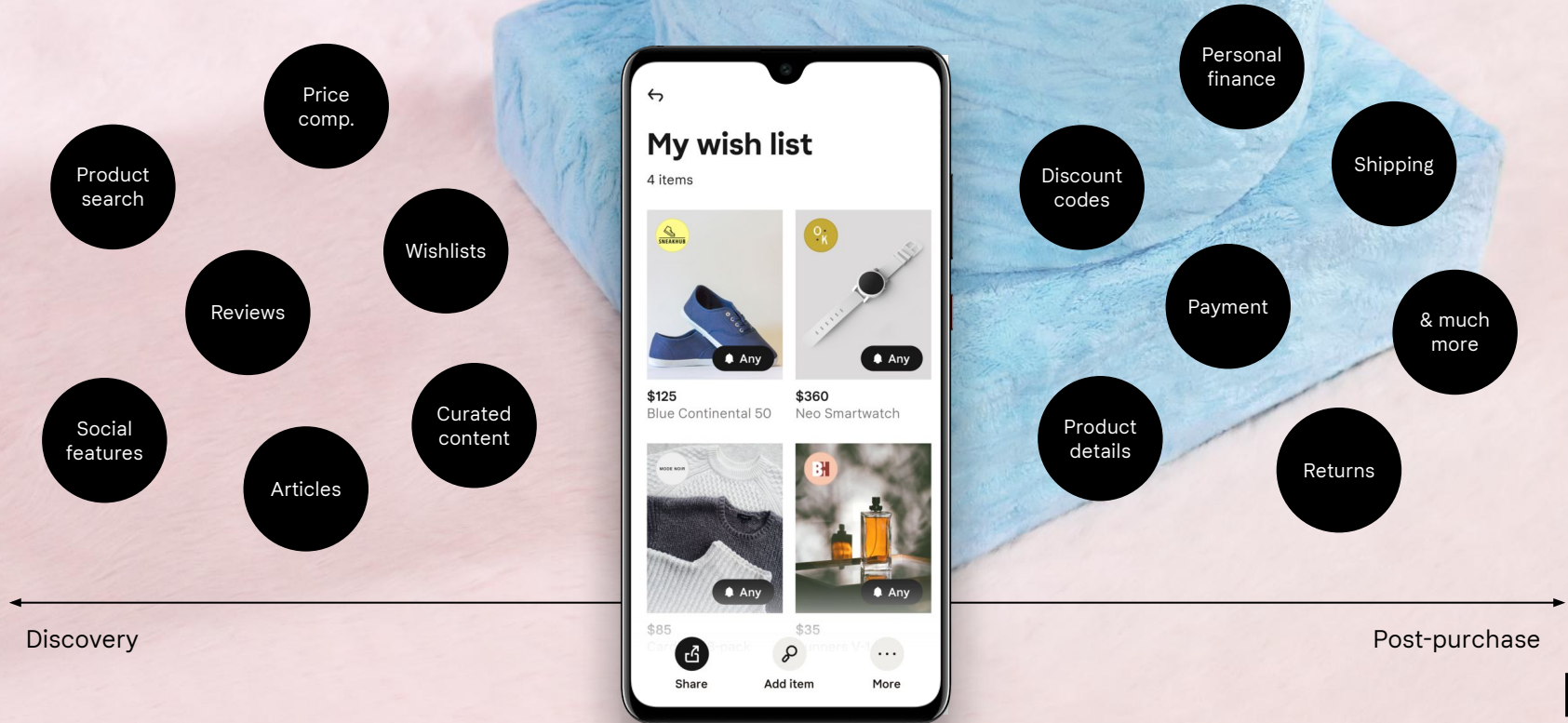
Consumers get access to daily exclusive deals and drops from around the globe. And if the price is too high, users can just turn on price drop notifications and we'll let them know when the price drops



Convenience.

Fast check out, multiple payment options catered to what customers want, easy returns, secure payments and 24/7 availability. The world's most convenient shopping experience.

Klarna as a shopping service.



Hvordan har netthandelen forandret seg de siste årene?



Netthandelen i forskjellige faser

2.-15. mars

16. mars-12. april

13. april-31. mai

Hamstringsfasen

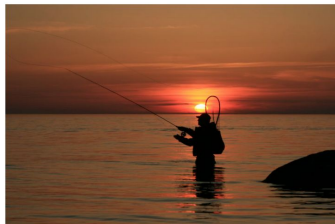
Underholdnings- & aktivitetsfasen

Normaliseringsfasen

90 prosent økning i salg av sport- og fritidsprodukter på nett siste halvår



Mer enn hver tredje nordmann som har netthandlet under koronapandemien har kjøpt fritidsutstyr for å være mer ute i naturen. Ifølge statistikk fra Klarna har netthandelen av sports- og fritidsutstyr økt med hele 90 prosent det siste halvåret, sammenlignet med samme periode i fjor.



Kraftig økning i nettsalget av erotiske artikler under koronapandemien



Nettsalget av erotiske artikler som sexleketøy, oljer og erotiske klær har økt med hele 65 prosent i koronaperioden, sammenlignet med samme periode i fjor. Spesielt innbyggere i Vestfold og Telemark kjøper mye innenfor denne kategorien.



Nordmenn på hjemmeferie ga ny salgsrekord for netthandelen



Ferak statistikk fra Klarna viser at netthandelen blomstret når mange nordmenn valgte å bli hjemme i ferien. Det norske salget av hus- og hageprodukter økte med 52 prosent i juli sammenlignet med i fjor.

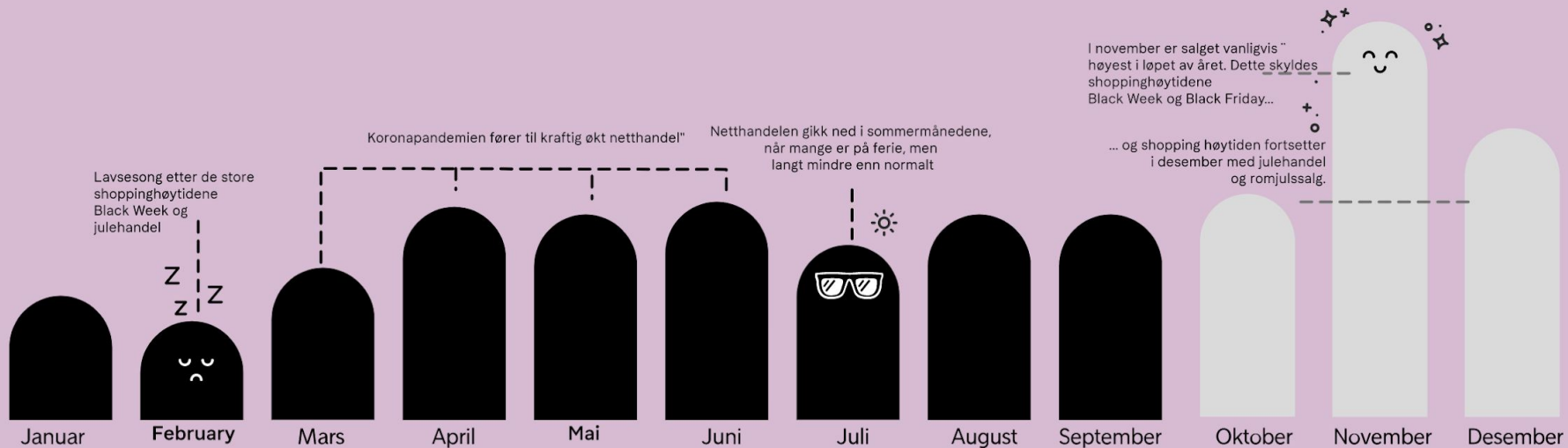


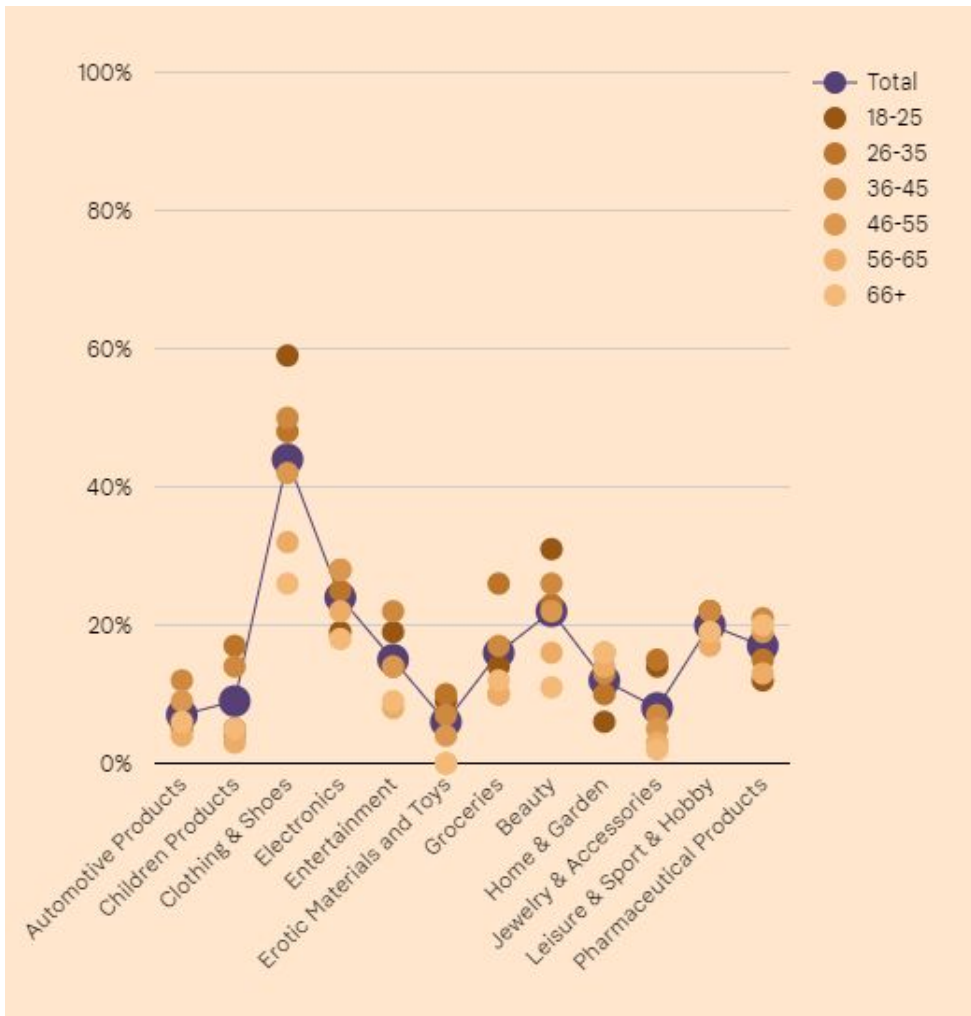
Flest skal ha sommerferie hjemme: Doblet salg av produkter til hus, hjem og hage



Mer enn halvparten av alle nordmenn skal være mest hjemme i sommerferien i år. Det merkes svært godt på nettsalget av produkter til hus, hjem og hage. Sammenlignet med samme periode i fjor har dette i april og mai mer enn doblet seg.







Age group	First prio	Second prio	Third prio
18-35	Children Products	Clothing & Shoes	Jewelry & Accessories
36-55	Leisure, Sport & Hobby	Home & Garden	Entertainment
56+	Entertainment	Home & Garden	Automotive Products

Hva gjør vinnerne i dag?




Kunder er opptatt av:

- Har du en smooth kundereise?
- Hvor fleksibelt og kjapt kan du levere?
- Må jeg betale for frakt?
- Kan jeg spore varen min?
- Hvor lett er det å returnere en vare?
- Hvordan er det å navigere i nettbutikken?
- Hvor komplisert er det å gjennomføre kjøpet?
- Informasjon nok til å ta en beslutning?
- Hva gjør du for å inspirere meg?
- Hvor lett er det å få tak i kundeservice?
- Hva gjør dere rundt bærekraft?
- Blir jeg jaget av re-targeting i all fremtid?

En dårlig erfaring kan gjøre at du ikke ser kunden igjen (på en stund).





GIVEONE

Powered by **Klarna.**



**1%
pledge**

**CO₂
tracking**

**Checkout
donations**

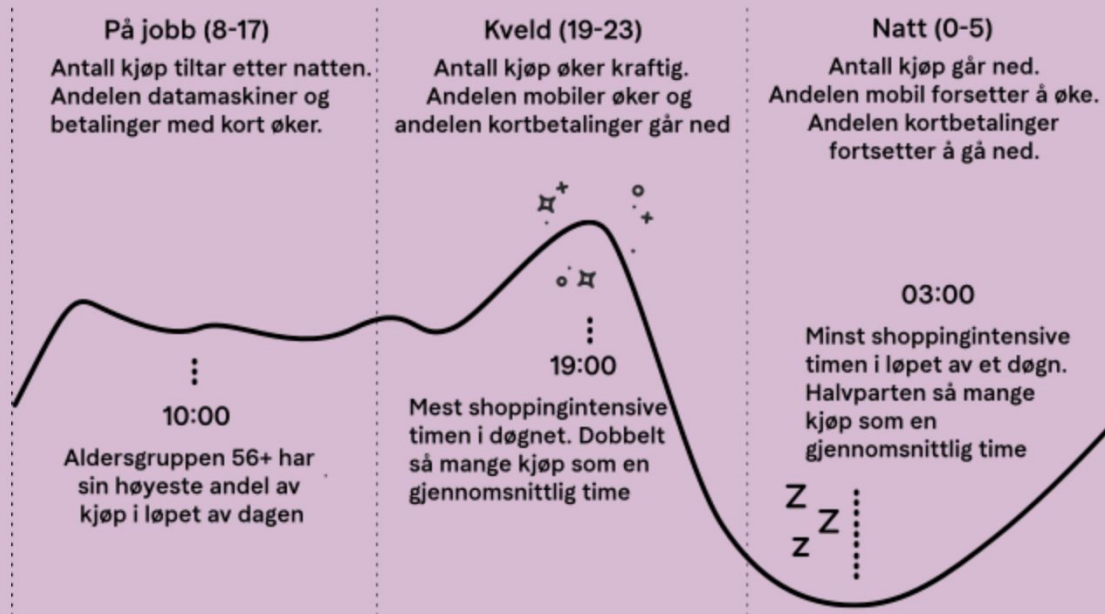
Omnikanal handleopplevelse



Forbrukeradferd og markedsføring

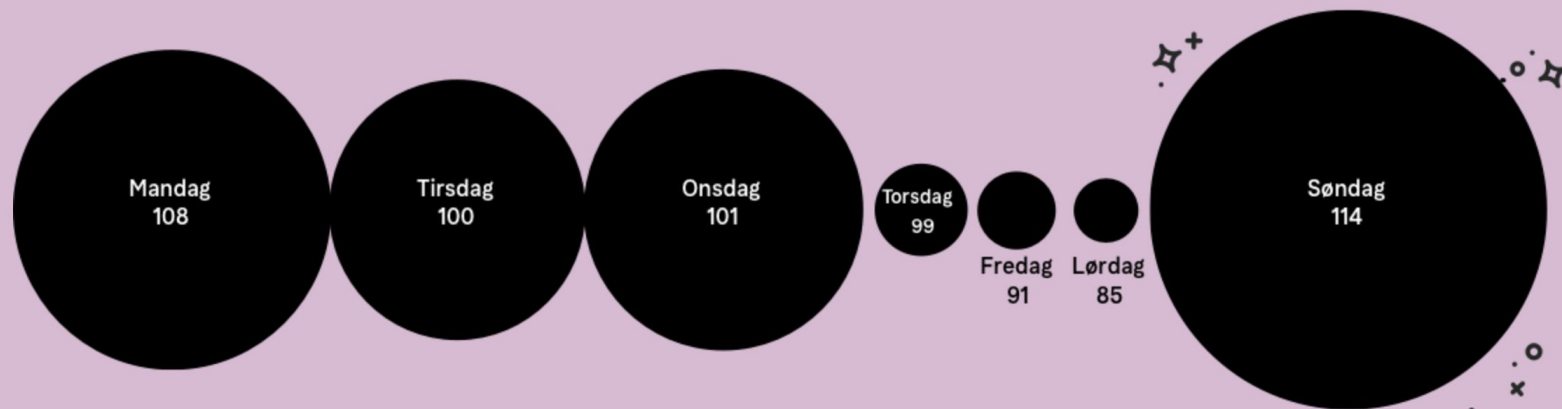


Økt aktivitet på kvelden

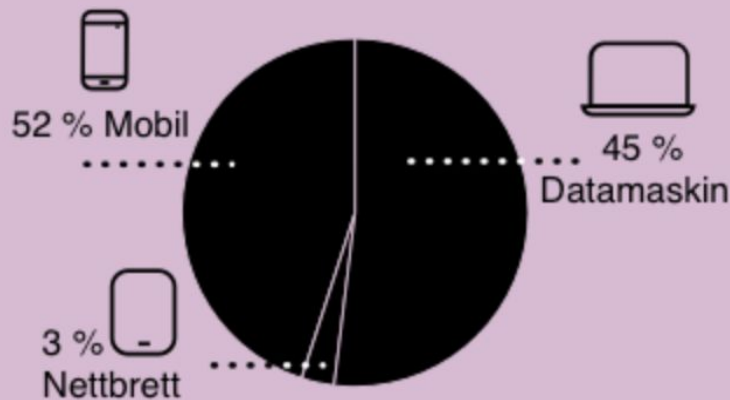


Søndag størst

Hvilken dag i uken shopper nordmenn mest på nett



* Indeks (100) tilsvarer en gjennomsnittlig dag



Menn gjør halvparten av sine kjøp (54 %) fra datamaskinen (og 43 % mobiltelefoner, 3% nettbrett)



...mens kvinner bruker mobile enheter i to tredjedeler av kjøpene (62 % mobiltelefoner, 3% nettbrett) og datamaskiner ved en tredjedel (35 %)



Datamaskinen brukes generelt til dyrere kjøp – gjennomsnittlig ordreverdi er 41 % høyere enn ved kjøp med mobile enheter.



Mobilbruken er høyest ved kjøp av barneprodukter (66 %)... og lavest ved kjøp av elektronikk (42 %)

Markedsføring

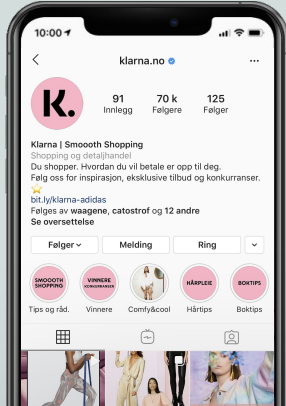


Alexanders oppsummering

- Google & Sociala Medier är oftast de viktigaste kanalerna för e-handlare
- Google Shopping & Local Inventory Ads är oftast väldigt lönsamt för e-handlare
- Jobbar med Store Visits för att mäta konverteringar från online till offline
- Viktigt att förstå hur olika kanaler arbetar tillsammans vid olika delar av kundresan beroende på om besökaren letar efter inspiration eller är redo att göra ett köp
- Dynamisk Remarketing är ett måste för e-handlare idag
- Kundklubber og knyte seg tett til kundene blir en viktig konkurransekraft

Marketing channels.

Instagram



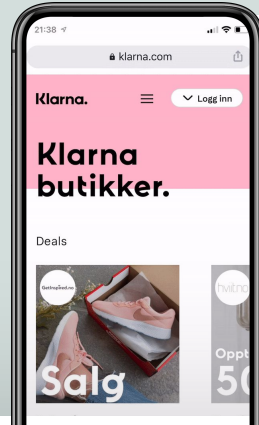
- Weekly deals
- Inspiration
- Giveaways
- Boost campaigns

Klarna App



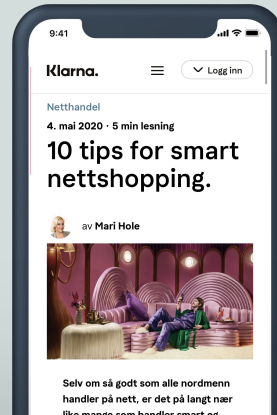
- Deals
- Featured merchants
- Curated Shopping Lists
- Articles
- Brand/ Store page

Klarna Stores



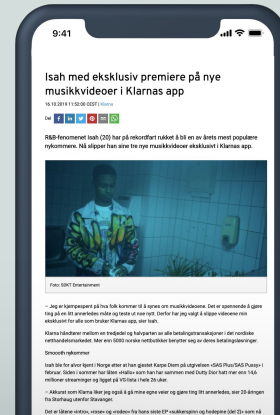
- Deals
- Featured merchants
- Category listing
- Assurance of safe payment

Klarna Blog



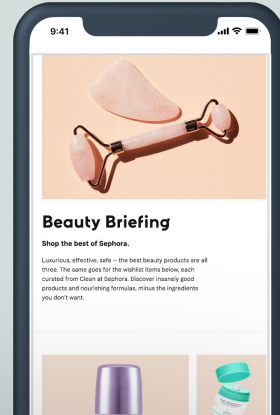
- Collaborative articles to supplement other content activities

PR



- Merchant launches
- Case studies/success stories
- Category deepdive
- Consumer trends

Newsletter




- Deals e-mails
- Dedicated e-mails
- Category e-mails

**Hardere konkurransen -
choose your battles**



Gode tips for å lykkes med netthandel og markedsføring

Påmelding fra forsiden av Synlighet.no

 synlighet presenterer

NETTBUTIKKENES guide til galaksen

En miniserie i 6 deler

