

FÖRETAG

Update

SVEA

#4 2020

**Amazon är
här. Hur
påverkar
det din
e-handel?**

**Köpvanor
förändrar
bilbranschen**



**5 heta
e-handels-
trender
2021**

Möt

Stina Kelly von Essen

Uppdrag medmännisklighet

Fotograf: Robin Benigh

Innehåll Nr 4 2020

4 Coronastöd till företag 2021

En hel del åtgärder för att stötta företagen i coronakrisen förlängs.

6 Hur påverkar Amazon din e-handel?

Tidigt på onsdagsmorgonen den 28 oktober lanserades amazon.se. Den globala näthandelsjätten Amazon har därmed tagat in på den svenska marknaden.

8 Köpvanor förändrar bilhandeln

Digitaliseringen påverkar en rad branscher olika mycket, men en sak är säker: Ingen bransch är skonad.

10 Young E-business of the Year

Nu har årets vinnare utsetts: 19-åriga Tilda Wissmar från Göteborg, som har utvecklat en snällsked som ska göra glassätande mer hållbart.

12 5 heta e-handelstrender 2021

Svea Ekonomis e-handelsexpert Emma Lindgren och Thomas Svensson presenterar här de fem hetaste trenderna att hålla koll på inför 2021.

16 Företagande 2021

Hur ska en företagare tänka när världen är upp och ner? Fokusera på det som verkar fungera är svaret.

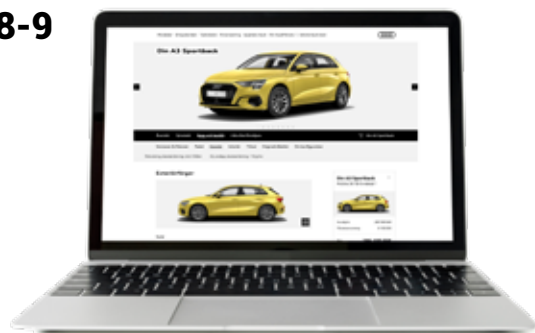
18 Uppdrag medmännisklighet

Stockholms Stadsmissions arbete skapar ett mänskligare samhälle.

22 Så hanterar du sena betalningar i pandemitider

Hur kan företag bäst hantera sena betalningar under den pågående pandemin? Den frågan diskuterades i ett webinarium arrangerat av Svea.

8-9



Köpvanor förändrar bilhandeln



Uppdrag medmännisklighet

18-21



Hur påverkar Amazon din e-handel?

6-7



Företagande 2021

16-17



Coronastöd till företag 2021

4-5

5 heta e-handelstrender 2021



12-15



10-11

Young E-business of the Year

Tänd ett ljus för någon

När detta skrivs syns ingen ljusning i pandemin, vare sig i Sverige eller resten av världen. Som du kan läsa i det här numret av Update väntas antalet företag med betalningssvårigheter öka under kommande år, när och om de statliga stöden dras tillbaka och arbetslösheten stiger.

Men allt är inte svart. Pandemin hindrar inte att affärlivet och handeln utvecklas, tvärtom har många företagare fått eld i baken och satt fart på kreativiteten. För precis som Företagarnas chefsekonom Daniel Wiberg säger i intervjun längre in i tidningen; Företagare är bättre än andra på att tänka om och anpassa sin verksamhet efter nya trender.

En sådan trend är digitalisering. Därför innehåller Update den här gången flera artiklar som handlar om hur konsumenters vanor ändras, och hur företagare dels kan förändra sina erbjudanden i takt med kunderna – och rentav ligga före. Våra experter Thomas Svensson och Emma Lindgren har järnkoll på framtiden och delar med sig av vad de ser.

Så här i juletid är det viktigt att tänka på dem som har det svårt. Till exempel alla de som saknar ett hem. En som har idéer om hur vi tillsammans kan skapa ett mänskligare samhälle är Stina Kelly von Essen. Hon jobbar på Stockholms Stadsmission, en organisation som vi stöttar. Läs gärna intervjun med henne och tänk på Stadsmissionen när du funderar över vilka julklappar du ska köpa i år. Du kan bli den som tänds ett ljus för någon.

God jul och
Gott nytt år!

”Så här i
juletid är
det viktigt
att tänka på
dem som har
det svårt.”



Lennart Ågren
Vd, Svea Ekonomi



Coronastöd till företag - det här gäller för 2021

En hel del åtgärder för att stötta företagen i coronakrisen förlängs. Det handlar bland annat om korttidspermittering, anstånd med skattebetalningar, omställningsstöd och omsättningsstöd till enskilda näringsidkare. Förslagen läggs i en ändringsbudget för 2021 tidigt nästa år.

Korttidspermittering förlängs till juni 2021

Korttidspermitteringen kommer att kunna användas fram till den 30 juni 2021. Det innebär att korttidspermitteringar som har beviljats under 2020 kommer kunna förlängas med upp till ytterligare sju månader.

Däremot sänks subventioneringsgraden i vår. För december 2020 är subventioneringsgraden 75 procent

och kommer så att förbli i januari, februari och mars 2021. Men för april, maj och juni sänks subventioneringsgraden till 50 procent.

Förlängningen av korttidspermitteringen kombineras med att Tillväxtverket kommer att vara striktare när det gäller att godkänna ansökningar om stöd. Man vill vara säker på att stöd bara lämnas till arbetsgivare som uppfyller kraven för att förhindra missbruk.

Många företagare är frustrerade över att det tar lång tid innan pengarna för korttidspermitteringarna hamnar på kontot. Enligt Tillväxtverket kommer stödet fram inom någon vecka i de flesta fall. Om inte kan det bero på att ansökan har fastnat i någon av kontrollerna.

Något krav på att mottagare av korttidspermitteringen ska kompetensutveckla sin personal – vilket tidigare har diskuterats – ställs inte.

Omsättningsstöd i ytterligare tre månader

Regeringen har sedan tidigare infört ett omställningsstöd mellan mars och juli. Nu föreslår man att det förlängs så att det också kan sökas för augusti – oktober 2020. Stödet riktar sig till företag som har tappat minst 50 procent av omsättningen under denna period jämfört med samma period 2019.

Omsättningsstödet kan ge som mest 30 miljoner kronor per företag. Det är i linje med EU:s tillfälliga statsstödsramverk för corona-relaterade stöd. Det kan sökas senast 30 november för maj, juni och juli. För det stöd som avser augusti-oktober blir det en ny ansökningsomgång. Sista ansökningsdag är inte bestämd.

Omsättningsstöd till enskilda näringsidkare i ytterligare tre månader

Den 5 november beslutade regeringen om ett nytt omsättningsstöd till enskilda näringsidkare. Detta gäller företagare som drabbats av minskad omsättning under mars – juli 2020. Detta stöd föreslås förlängas och gälla dem som fått minskad omsättning under augusti – oktober 2020. Ansökningsperioden för perioderna mars-april, maj, juni-juli, avslutas den 31 januari 2021. Därefter blir det en ny ansökningsomgång för förlängningen. Stödet handläggs av länsstyrelserna, men söks via Boverkets webbplats.

För att få rätt till stöd krävs att den enskilda näringsidkarens omsättning översteg 200 000 kronor 2019. Nettoomsättningen under stödperioden måste ha minskat med mer än 50 procent jämfört med samma period 2019. Den som har tappat ännu mer i omsättning kan få ersättning med 70 procent av omsättningstappet eller som mest 72 000 kronor per företag för den nya stödperioden.

Förlängt anstånd med skatten

I mars i år infördes möjlighet för företag att få anstånd med skattebetalningar i ett år. Det gäller till exempel arbetsgivaravgifter, preliminärskatt på lön och moms. Hittills har Skatteverket fattat omkring 100 000 beslut om anstånd. Den 9 november föreslog regeringen att anståndstiden ska kunna utökas med ytterligare ett år för alla som har beviljats anstånd enligt det nya regelverket.

Skatteverket beräknar ränta på det belopp du får i anstånd. Den är för närvarande 1,25 procent de första sex månaderna. Därefter tillkommer en anståndsavgift på 0,2 procent per

månad. Det motsvarar en avdragsgill ränta på 3,1 procent per år, eller 1,6 procent under det första halvåret uttryckt som årsränta.

Lättnaderna i a-kassan förlängs

Förbättringarna i arbetslöshetsförsäkringen för företagare förlängs till att gälla även 2021. Företagare som lägger sitt företag vilande under 2021 undantas då från regeln om att det måste gå minst fem år innan ett nytt uppehåll. Sedan i juni 2020 är det möjligt för en företagare att vidta vissa åtgärder i näringsverksamheten och samtidigt få arbetslöshetsersättning. Även den regeln förlängs till att gälla under 2021.

Sänkta arbetsgivaravgifter – för unga

Den åtgärd som infördes i våras, den om sänkt arbetsgivaravgift för alla, förlängs inte. Däremot har regeringen föreslagit en sänkning av arbetsgivaravgiften för unga (19-23 år) från 1 april 2021. Avgiften hamnar då på 19,76 procent på löner upp till 25 000 kr i månaden. Nedsättningen ska gälla till och med den 31 mars 2023.

Den kritiserade så kallade företagsakuten, där staten garanterar lån till företagare genom bankerna, upphör vid årsskiftet 20/21.

Framtiden då? Efter beslutet om att förbjuda alkoholförsäljning på restauranger efter kl 22, öppnar finansminister Magdalena Andersson för att ytterligare stöd till krogbranschen kan komma. Det sa hon till journalister efter ett möte med Riksdagens finansutskott några dagar efter att beslutet om alkoholförsäljning presenterats. Men hon specificerade inte hur det extra stödet kan komma att se ut.

Åtgärder för att stötta företagen i coronakrisen förlängs

Amazon är här. Hur påverkar det din e-handel?

Tidigt på onsdagsmorgonen den 28 oktober lanserades amazon.se. Den globala näthandelsjätten Amazon har därmed tågat in på den svenska marknaden. Sajten imponerar dock inte på experterna. Men oavsett en ganska medioker lansering måste du som företagare tänka på hur detta påverkar din målgrupp, säger Emma Lindgren, expert på digital konsumtion på Svea.



”Jag tror Amazon Prime blir nästa tjänst att lanseras.”
Emma Lindgren

Amazon är här. Emma Lindgren berättar hur Amazon kommer att påverka svenska e-handlare.

Redan för två år sedan skrev vi om hur Amazons intåg drabbar dig som e-handlare. Och sedan dess har spekulationerna kring Amazons intåg på den svenska marknaden pågått. När sajten slutligen lanserades onsdagen den 28 oktober 2020 har kritiken varit hård. Niklas Storåkers, vd på Pricerunner, kallar exempelvis sajten för ett ”hafsverk” i en intervju med Breakit. Priser, produkttexter, erbjudanden och framförallt utbudet känns inte speciellt lokalt anpassat, påpekar Jonas Arnberg, vd på analysföretaget HUI, till DN.

– Men oavsett en ganska medioker lansering måste du som företagare tänka på hur detta påverkar din målgrupp. Vad kommer din målgrupp att exponeras för på amazon.se och bör du vara med och sälja dina produkter på plattformen eller inte? Går det bra

för företag på Amazon som säljer min typ av produkt?

Oavsett svar bör du som företagare tänka igenom detta ordentligt och ha ett affärsstrategiskt tänk kring ditt förhållningssätt till amazon.se, säger Emma Lindgren.

Vad kan du som e-handlare inspireras av?

– Hur ska man visa produkter för att sälja så mycket som möjligt? Detta är Amazon väldigt duktiga på. Deras storhet är ju att de är besatta av kunden och köpresan. Det vill säga att de studerar sina besökare för att ta reda på exakt så mycket som möjligt om oss och vårt beteende. Vilka tider på dygnet tar vi del av underhållning, vilka intressen har vi, vilken typ av profil är man. Och i slutändan kan de då leverera en ännu bättre köppplevelse

till en kund som skulle kunna vara i din målgrupp. Titta hur de jobbar med incitament för att få oss att ta del av erbjudanden, men studera framförallt hur produkter presenteras.

Just nu, i slutet av oktober när sajten nyligen lanserats, är produkt-sidorna dock inte helt uppdaterade. Amazon har använt artificiell intelligens (AI) i översättningen och därför har det på sina håll blivit lite märkligt. Något som svenska medier inte varit sena med att belysa, bland annat Aftonbladet.

Medveten PR-strategi?

– Är det en medveten PR-strategi? att folk ska dela dessa märkliga produkttexter? Det tror jag inte. För er som planerar att sälja via plattformen är detta istället en möjlighet. Om ni tidigt lägger upp vässade och optime-

rade produkttexter till era produkter med bra bilder, så är chansen stor att Amazons algoritmer premierar era produkter framför andra likadana som just nu är illa översatta.

Amazons storhet ligger inte endast i sin gigantiska marknadsplats. Den större delen av vinsten kommer från Amazon Web Services (AWS), molntjänsten där företag kan köpa data-lagring. Stora streamingtjänster som Netflix använder bland annat AWS. Andra populära tjänster är Amazon Prime, deras kundklubb och abonnemangstjänst, där du kan ta del av underhållning, spela spel, lyssna på musik, titta på film och samtidigt få gratis hemleveranser från marknadsplatsen. Amazon Echo och Alexa, deras rösttjänster är också väldigt stora i exempelvis USA.

– Det förvånar mig att de inte lan-

serar Amazon Prime här i Sverige, men jag tror det är nästa tjänst, eftersom det ju blir ytterligare ett incitament att faktiskt handla på Amazons marknadsplats (givet fri frakt). När Amazon Echo och Alexa lanseras på bred front kan vi se en utveckling som går mer mot att e-handla utan att ha en fysisk enhet i sin hand eller sitta framför en skärm.

Sverige har en stabil e-handelsmarknad som går bra

Samtidigt påpekar Lindgren att vi inte ska förvänta oss en helt ny värld nu när amazon.se lanserats. Sverige har redan väldigt starka e-handelsbolag, vi har en stabil e-handelsmarknad som går bra, det vill säga att vi redan i mångt och mycket handlar digitalt.

– Men, givet att Amazons slutvision troligen är att du ska kunna handla

utan att du ens märker det, kommer den digitala handeln att accelerera nu framöver.

Det som är mest spännande med Amazon är deras olika innovationsprojekt. I och med lanseringen av amazon.se är vi också ett steg närmare dessa. Till exempel Amazon GO, deras butiker där du bara kan gå in och handla utan att betala fysiskt. När du tar en vara placeras den automatiskt i en virtuell kundkorg i Amazon GO-appen. Vi kommer också närmare drömar-projekt, där drönare på mindre än en timme levererar varor hem till dig.

– Med tanke på rådande pandemi tror jag drömar-projektet kan vara extra intressant, avslutar Emma Lindgren.

Kundernas köpvanor förändrar bilhandeln

”Det sker i snitt 900 digitala touchpoints inför ett bilköp.”



Digitaliseringen påverkar en rad branscher olika mycket, men en sak är säker: Ingen bransch är skonad. För bilbranschen handlar det om att vi som konsument gör en väldigt stor del av researchen online innan vi eventuellt besöker en bilhandlare.

Det sker i snitt 900 digitala touchpoints inför ett bilköp, vilket faktiskt är mer research än vad man gör innan man ska genomgå en operation, säger Sofia Forsling, Head of Partnership på Wayke. Relationen mellan bilköpare, biltillverkare och bilhandlare är under transformation. Pådrivet av digitalisering.

Sofia Forsling är Head of Partnership på Wayke, en digital plattform för

handlare som vill sälja bilar och kunder som vill köpa bilar. Och hon är imponerad över hur snabbt bilhandlarna har ställt om de senaste månaderna.

– Till följd av pandemin har de visat att de kan agera och ställa om blixtnsnabbt, vilket har gjort att de nu gör fler online-affärer än någonsin, säger Sofia Forsling.

För att överleva som bilhandlare gäller det att vara lyhörd på kundernas

förändrade beteende och snabb på att anpassa sig.

Ha koll på kundresan

– Man behöver ha koll på hur kundresan ser ut och vad som förväntas av en i de olika faserna. Kunderna vill göra större delen av sin research online, då gäller det att finnas där och svara på de funderingar som finns genom till exempel guidande innehåll. Man

måste också bli duktig på att skapa och exponera relevanta paketeringar av garantier och kringtjänster och självklart ha en köpknap när kunden väl är redo för det.

Vad innebär det för bilhandlare att kundens köpresa idag ofta börjar online?

– Det innebär att man till viss del tappat kontrollen över delar av kundresan. Färre och färre kunder vill idag träffa en säljare, idag tycker hela 40 procent att det är oviktigt. Däremot ser vi att över 80 procent fortfarande vill provköra en bil, så behovet att träffa en bilhandlare finns i högsta grad där.

Vilka digitala kanaler bör man som modern bilhandlare prioritera?

– Våra undersökningar visar att marknadsplatser är viktigaste kanalen för konsumenten, men handlarens egen hemsida kommer på en god andraplats. Och ser vi till var kunden faktiskt gör sin affär, dvs där de klickar på köpknappen och beställer bilen, så gör man det både hos bilhandlaren och på marknadsplatsen. Därför är det väldigt viktigt att man som bilhandlare har en vass egen hemsida, där man kan paketera sitt erbjudande, skapa en digital relation med kunden och förstås ha en köpknap för att kunden ska kunna göra sitt avslut där.

Sofia Forsling poängterar att dagens bilköpare är betydligt mer påläst än gårdagens.

– Det sker i snitt 900 digitala touchpoints inför ett bilköp, vilket faktiskt är mer research än vad man gör innan man ska genomgå en operation. Det tycker jag säger en hel del om att man känner sig ganska otrygg inför ett bilköp. Därför är det jätteviktigt att man som bilhandlare är transparent i hur man presenterar paketeringar, garantier och förstås själva bilen.

Transparens allt viktigare

Just transparens, påpekar Sofia Forsling, har blivit ännu viktigare i och med digitaliseringen.

– Nu nöjer sig kunderna inte med något annat än total transparens även vid ett bilköp kring pris, bilens skick och vad en garanti omfattar. Vi ser stora förbättringar i branschen nu. Man tar bra bilder i alla typer av vinklar. Där man förr valde att inte visa upp en bild på en repa zoomar man nu in det för att vara just transparent kring skicket. Det blir mer och mer standard att visa upp varudeklaration och detaljerad information om garantier. De bilåterförsäljare som tar detta på



”Marknadsplatser är viktigaste kanalen för konsumenten.”

Sofia Forsling

allvar och ställer om snabbt är de som kommer göra flest affärer.

Avslutningsvis; 40 procent vill inte träffa en bilsäljare, men samtidigt vill 80 procent provköra bilen innan de köper den. Hur ska en modern bilhandlare få ihop det här?

– Som bilhandlare behöver man helt enkelt tänka lite nytt här. Hur kan jag erbjuda en provkörning utan att kunden behöver ta sig till bilhallen och träffa en säljare? Hur kan vi ställa om den traditionella säljrollen till att bli mer av en rådgivande Customer Success-roll? Man skulle kunna tänka – om jag startade upp en helt ny bilhandel idag, hur skulle jag göra då? Jag tror att det skulle se väldigt annorlunda ut och vi ser ju exempel på helt nya distributionsmodeller hos till exempel Tesla eller Carvana, avslutar Sofia Forsling.

Vinnarbidraget i Young E-business of the Year

EN ÄTBAR KEXSKED: "Tilda gör alla rätt"

I Young E-business of the Year tävlar unga entreprenörer mellan 15 och 25 år med sina e-handelsidéer för chansen att vinna ett stipendium.

Nu har årets vinnare utsetts: 19-åriga Tilda Wissmar från Göteborg, som har utvecklat en snillrik sked som ska göra glassätande mer hållbart.

– Skeden bryts ned på tre veckor om den hamnar i naturen. Om du inte äter upp den först, säger Tilda Wissmar, vd på Gottlery.



Under oktober arrangerade Svea Ekonomi och Payson den gemensamma e-handelstävlingen Young E-business of the Year för fjärde året i rad. Tävligen syftar till att uppmuntra och inspirera unga entreprenörer över hela landet.

– Den här generationen är digitalt aktiv och många har därför potential att bli duktiga inom just e-handelsområdet. På nästan alla skolor finns det i dag företagstävlingar för ungdomar. Vi vill på ett liknande vis bidra till att stärka den här generationens entreprenörsanda, säger Emma Lindgren, Head of PR och e-handelsexpert på Svea Ekonomi.

Till årets tävling inkom det många bra idéer, men tre av dessa stack ut ur mängden. Bland de tre finalisterna var det till slut 19-åriga Tilda Wissmars företagsidé som drog det längsta strået: genom företaget Gottlery har hon utvecklat en ätbar glassked som ska erbjuda ett mer hållbart alternativ till engångsskedar av plast.

När vi når den lyckliga vinnaren berättar hon att vinsten betyder mycket för hennes entreprenörskap.

– Det känns helt fantastiskt. Det är en stor ära för mig att få ta emot det här priset. Det kommer även att hjälpa Gottlery framåt rent ekonomiskt. Uppmärksamheten vi får genom det här priset betyder mycket för oss, eftersom vårt varumärke når ut till fler, säger Tilda Wissmar.

Den unga entreprenören har så länge hon kan minnas velat jobba med hållbarhet i någon bemärkelse. Under det tredje året i gymnasiet fick hon chansen att göra just det, när hon och tre klasskamrater startade UF-företaget Gottlery.

– Jag snubblade över det här konceptet med ätbara skedar som finns i andra delar av världen, och började fundera på varför det aldrig har etablerats i Sverige. Då beslutade jag mig för att ta tag i det.

Den första entreprenörsutmaningen som företaget stötte på rörde samarbetet. Det blev till sist så att Tilda fick driva Gottlery helt själv.

– Det innebar förstas en stor förändring: att få göra allting på egen

hand och ta tag i områden av verksamheten som jag tidigare kanske inte har tyckt varit lika kul som själva produktutvecklingen, men som är lika viktiga för mitt entreprenörskap. Bokföring är inte jätteroligt men jag har fått ta tag i det ändå. Därför känns det extra roligt att bli uppmärksammas för Gottlery nu, eftersom det är mitt eget verk, säger Tilda Wissmar.

Planen är att Gottlerys ätbara skedar av kex ska finnas i alla glasskiosker i Sverige redan nästa sommar, då en ny EU-lag som förbjuder plastprodukter för engångsbruk händelsevis träder i kraft.

– Sedan vill jag även sälja vår produkt via olika grossister. Jag jobbar även för att nu under december kunna börja sälja skeden i vår första livsmedelsbutik. På sikt hoppas jag att den blir omtyckt av kunderna, så att vi kan hitta in i det ordinarie sortimentet.

Tävlingsjuryn menar att Tildas företagsidé innehåller alla ingredienser som behövs för att lyckas som e-handlare i dag – och att Gottlery går en ljus framtid till mötes.

– Tilda har en hållbar företagsidé som ligger helt rätt i tiden, hon har få produkter, det rör sig om en enda produkt, med en tydlig målgrupp och funktion. När man har få produkter med en tydlig målgrupp får man mycket på köpet: det blir enklare att lyckas med marknadsföringen, att sköta logistiken och att administrera verksamheten. Dessutom har Tilda skapat en bra, säljande sajt, säger Emma Lindgren.

Hon menar vidare att Tilda gör alla rätt och att fler företag borde följa hennes exempel.

– Satsa på att nischa dig, att ha en bra sajt och att jobba hållbart.



Vinnare och finalister: YOUNG E-BUSINESS OF THE YEAR 2020

VINNARE: GOTTLERY FRÅN GÖTEBORG

TÄVLINGSDELTAGARE: Tilda Wissmar

INSTAGRAM: [instagram.com/gottlery](https://www.instagram.com/gottlery)

Gottlery tillverkar och säljer ätbara, hållfasta och komposterbara kexskedar för att ersätta engångsartiklar. Skedarna finns i choklad och vaniljsmak och är veganska.

FINALIST: RELEASO FRÅN GÖTEBORG

TÄVLINGSDELTAGARE: Axel Svensson

INSTAGRAM: [instagram.com/releaso.se](https://www.instagram.com/releaso.se)

Releaso parar ihop personer som vill avsluta ett billeasingavtal med de som vill ta över ett leasingavtal med kortare avtalsperiod. På tjänsten kan vem som helst med ett leasingavtal lägga upp en annons.

FINALIST: CLEAR MIND UF FRÅN TROLLHÄTTAN

TÄVLINGSDELTAGARE: Natsha Kwansrithongman, Linnea Jensen, Alexandra Emanuelsson

INSTAGRAM: [instagram.com/clearminduf](https://www.instagram.com/clearminduf)

Clear Mind är en app som syftar till att skapa bättre fokustillfällen med färre störningar från mobilen. I tjänsten kan man ställa in hur lång fokusperiod man vill ha och då gäller det att inte använda mobilen, användarna belönas genom ett gamification-system.

5 heta e-handelsrender 2021

Snart kommer du inte bara att köpa din nya e-scooter under live-strömmade event där försäljaren visar exakt hur den fungerar. Du kommer även att vilja försäkra dig om att de anställda på lagret som ska packa din vara har goda sociala villkor. Svea Ekonomis e-handelsexpert Emma Lindgren och Thomas Svensson presenterar här de fem hetaste trenderna att hålla koll på inför 2021.

1 Liveshopping här för att stanna

Trodde du att 90-talets stora försäljningskanal TV-Shop var förpassad till det förgångna? Tänk igen. Vi befinner oss på flera sätt i en unik tid inom handeln just nu, eftersom vi lever under en global pandemi med restriktioner som gör gällande att vi inte ska gå till fysiska affärer. Det här har gjort att fler människor än någonsin handlar hemifrån, vilket i sin tur har krattat manegen för ett nytt gammalt fenomen: liveshopping.

Även om mediet i dag är utbytt från tv-sändningar till nätet är principen precis densamma som på TV-Shops tid: ett företag demonstrerar en vara live, pratar om produkten och interagerar med kunderna, exempelvis genom att presentera förmånliga erbjudanden i realtid.

Företeelsen har redan slagit igenom på bred front i Kina, där de flesta större bolag i dag använder sig av formatet.

– Den här livetrenden är ett nytt sätt att bygga personliga relationer med dina kunder när vi inte längre har tillgång till den fysiska handeln. När kunderna väl har börjat gilla ett format kommer det inte att försvinna, bara för att pandemin har passerat. Liveshopping är här för att stanna, säger Emma Lindgren, Head of PR och e-handelsexpert på Svea Ekonomi.

I Sverige är det framför allt e-handlare inom lifestyle-segmentet som har varit snabba på den här bollen. Bland de som redan har provat sina liveshopping-vingar kan nämnas kedjor som Lyko och Åhléns. Och betydligt fler namn lär kunna läggas till den listan under 2021.

– Den här trenden har påskyndats även i väst eftersom behovet av att möta människor i handeln fortfarande är stort, då vi har blivit mer isolerade under pandemin. Att varumärken och e-handlare skapar eget content genom ett slags strömmat liveformat är någonting som vi helt klart kommer att få se mycket av framöver, säger Emma Lindgren.

2 B2B-handlare inleder digitaliseringsresan

Handlare som säljer till andra företag har länge legat långt efter de handlare som säljer till konsumenter när det kommer till digitalisering. Svea Ekonomi har under tre år i rad



”Vi kommer helt klart att få se mycket eget content genom strömmat liveformat framöver.”

Emma Lindgren

genomfört en enkätundersökning där man frågat B2B-handlare om deras digitaliseringsgrad. Här svarar många att digitaliseringsprocessen går trögt, mycket på grund av att företagen själva inte tycker att man har produkter som passar för digital försäljning.

– Det är en dålig ursäkt. För att förstå det räcker det med att se till B2C-området, där man för 7–8 år sedan trodde att ingen skulle kunna sälja skor på nätet, eftersom kunderna måste kunna prova dem. Trots det sker en stor andel av skoförsäljningen i dag just på nätet, säger Thomas Svensson, Partner Manager på Svea Ekonomi.

Även här kommer vi att kunna se direkta effekter av pandemin under nästa år. Nu när de flesta B2B-bolag har tvingats ställa om till att jobba mer digitalt i sina interna processer, med hemmajobb och allt vad det innebär, är det ett gyllene läge för många aktörer att även digitalisera sina försäljningsprocesser.

– 2021 tror och hoppas jag att det är dags för en attitydförändring på den här fronten för B2B-företagen, säger Thomas Svensson.

Live-shopping här för att stanna

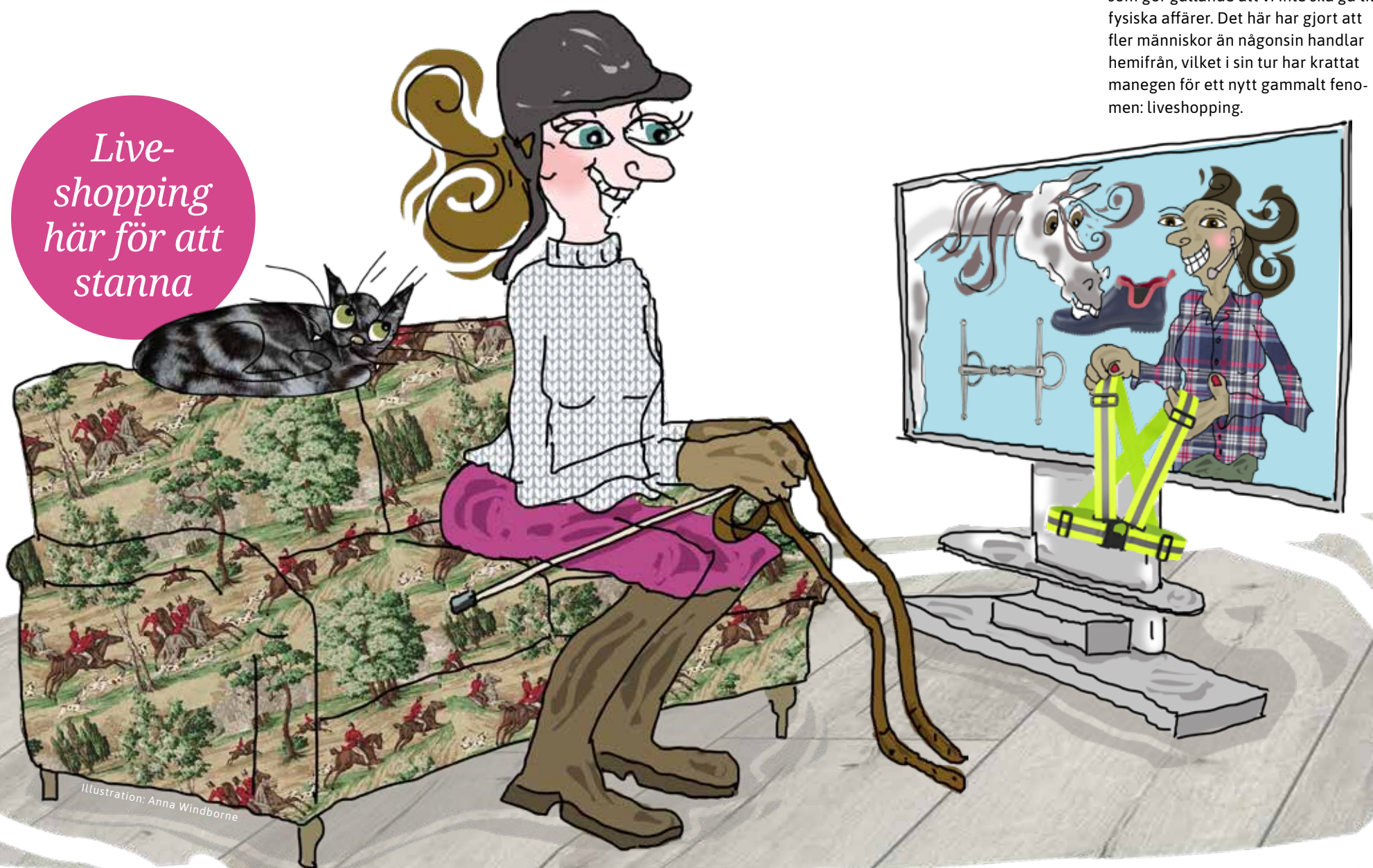


Illustration: Anna Windborne



AI, AR och datadriven e-handel slår igenom 2021.



3 Hållbar e-handel ännu högre på dagordningen

Ord som "hållbarhet" och "etik" har länge varit på allas läppar, inom alla branscher. Men då har det allt som oftast haft med klimatavtryck och miljö att göra. Det där kommer fortfarande att vara viktiga värden under 2021, men nu diskuterar e-handelsbranschen i allt högre utsträckning även hur de som arbetar på lager och åkerier har det: att de som ser till att varorna vi köper på nätet kommer hem till oss kan göra det med ett leende på läpparna.

– När Amazon lanserade i Sverige var det många som oroade sig över att de inte behandlar sin personal särskilt bra i andra länder. Sådana diskussioner har vidgat hållbarhetsbegreppet i branschen så att det i dag omfattar långt mer än bara klimatavtryck. Vi har under lång tid brytt oss om miljöpåverkan under frakt, det har funnits ett motstånd mot att e-handla allt för långt hemifrån, till exempel när man handlar billiga saker från Kina. Under 2021 kommer fler konsumenter att bry sig om hur de som arbetar på e-handelsföretagen har det, säger Emma

Lindgren, Head of PR och e-handelsexpert på Svea Ekonomi.

Någonting som vi även kommer att få se mer av under 2021 är att allt fler bolag börjar med recommerce, eller bygger hela sin verksamhet kring att skapa nya produkter av gamla trasiga saker. Det är nämligen hållbart på riktigt.

– Nästa år kommer vi att få se fler stora aktörer som börjar att handla med begagnade istället för nyproducerade varor. Många sneglar nog mot HM:s framgångsrika samarbeten med företag som Sellpy, säger Emma Lindgren.

4 Fler fysiska butiker – i form av showrooms

E-handeln har gått väldigt starkt under 2020 och det är till stor del kopplat till pandemin, eftersom vi helt enkelt har varit tvungna att sköta fler saker i vår vardag digitalt. Trenden med att fler och fler väljer att handla på nätet istället för i fysiska butiker kommer helt säkert att fortsätta under 2021, eftersom pandemin knappast kommer att vara över i januari.

– Vi kommer att se en ökad omsättning för hela e-handelsområdet under

nästa år, inledningsvis kanske på bekostnad av den fysiska handeln. När pandemin väl är över skulle vi dock mycket väl kunna se att fler fysiska butiker dyker upp. Men då i form av showrooms, säger Thomas Svensson, Partner Manager på Svea Ekonomi.

Många e-handlare har redan börjat vandra den här vägen. Man sköter den verkliga försäljningen på nätet men öppnar showrooms och pop-up-butiker – för att komma närmare sina kunder i en tid som annars har präglats av att fler och fler interaktioner sker på distans.

– Nästa år kommer vi att få se fler e-handelsaktörer göra som exempelvis NA-KD gjorde när man öppnade en pop-up-butik i Mall of Scandinavia, säger Thomas Svensson.

5 AI, AR och datadriven e-handel slår igenom

Amazon är ett av de klarast lysande exemplen på hur e-handlare kan använda sig av AI för att få ett försprång i kampen om marknadsandelar. Det den amerikanska nätshoppingjätten gör är att analysera sina kunders köpbe- teende och programmera algoritmer som kan presentera andra varor för kunderna vid precis rätt tillfälle.

Ofta rör det sig om varor som kunderna inte ens visste att de ville ha.

– Det här är Amazons stora styrka: de har ända sedan starten legat långt i framkant när det kommer till att samla in data och att jobba med den här datan, på ett sätt som gör att de i dag har ett stort tekniskt övertag gentemot många andra av branschens aktörer, säger Emma Lindgren, Head of PR och e-handelsexpert på Svea Ekonomi.

Att automatisera lager med hjälp av artificiell intelligens och att jobba aktivt med den kunddata som man redan äger bör finnas på kartan hos de flesta stora e-handelsföretag som jobbar med konsumentförsäljning.

Under 2021 kommer det här arbetet att komma igång på riktigt.

– Särskilt i Sverige, som är ett avlångt land med långa avstånd, finns det stora logistiska fördelar med att ha



”Efter pandemin kan vi komma att få se fler fysiska butiker igen, men då som showrooms.”

Thomas Svensson

algoritmer som kan förutse vilka saker som kommer att sälja var och när. Det är någonting som allt fler e-handlare kommer att vilja dra nytta av, säger Emma Lindgren.

I linje med liveshoppingens strävan efter att föra digitala e-handlare närmare sina kunder kommer vi även att få se ett ökat intresse för AR, eller augmented reality. Det är en teknik som används för att skapa ett slags "förstärkt verklighet" genom att lägga ett digitalt lager över det du ser, genom exempelvis din mobilkamera.

– Ikea har en app där man kan se hur en möbel passar in i hemmet utan att den fysiskt finns där. Många sminkhandlare har även utvecklat funktionalitet där man kan prova hur exempelvis ett läppstifts färg matchar ditt ansikte, utan att faktiskt testa det. Att undersöka olika sätt att överbrygga den klyfta som fortfarande finns mellan det fysiska och det digitala är någonting som ligger på alla e-handlares radar under 2021, säger Emma Lindgren.

Företagare är bra på snabba förändringar

Hur ska en företagare tänka när världen är upp och ner? Fokusera på det som verkar fungera. Det rådet ger Daniel Wiberg, chefsekonom på Företagarna.



”Nu gäller det mer än någonsin att vara beredd att fatta obekväma beslut.”

Daniel Wiberg

Det är lätt att bara se mörker när man tittar mot nästa år. Pandemin och brexit är två stora hot mot många företag. Men Daniel Wiberg menar att företagare egentligen är bättre rustade än många andra att hantera stora och snabba förändringar.

– Nu gäller det mer än någonsin att vara beredd att fatta obekväma beslut. Du kanske måste säga upp en person som inte bara är medarbetare, utan också har blivit en vän och kollega som du håller av.

Det viktiga är att inte fastna i svårigheterna, utan göra en analys

av vad som fungerar och inte. När du väl har identifierat det, kanske du kan investera dig ur krisen.

– Jag vet att det kan vara svårt att veta vad kunderna vill ha nästa år och investeringar innebär ett risktagande. Men tänk på att vissa branscher har klarat pandemin utmärkt hittills. Repa mod! Säger han.

Många har redan nu anpassat sig till social distansering och i rekordfart digitaliserat sina verksamheter. Den omställningen tror Daniel Wiberg att de kommer att få stor glädje av den dag pandemin äntligen är över. Stora kriser som den här brukar i slutändan föra med sig positiva förändringar och en ljusare framtidssyn, påminner han.

En del förändringar blir permanenta

– Jag tror inte vi kommer att återgå till de många arbetsresor vi gjorde förr. Flyga till en annan stad för att gå på ett enda möte – så blir det nog inte mer, och vi kommer att se fördelarna med det. Men semesterresorna till solen kommer säkert att återupptas.

En annan sak som pandemin har lärt alla, och som företagsledare kan ta till sig, är hur viktigt det är med korrekt information – särskilt i kristider. Som exempel tar Daniel Wiberg regeringens och myndigheternas information till företagen om de statliga pandemistöden.

– Korttidspermitteringen omfattade inte familjemedlemmar när det först presenterades. Regeringen hade inte tänkt på att flera i en familj kunde

driva och arbeta i samma företag. Vi påtalade det och fick till stånd en ändring. Men det är bara ett problem. Det finns liknande tankefel i alla stöd.

Daniel Wibergs förhoppning är att när pandemin visar hur viktigt det är med korrekt information, kanske detta kan förbättras hos många olika aktörer, även hos dem som driver egna företag. Måste du säga upp en kollega – ge rätt information. Och håll dina anställda informerade om hur krisen påverkar.

När det gäller hemmajobbandet är Daniel Wiberg oroad inför framtiden. Han tror att det i stor utsträckning kommer att fortsätta efter pandemin,

när företagare och anställda upptäcker att man sparar både tid och pengar.

– Men många saknar att gå till en arbetsplats, man missar det naturliga lärandet och det sociala utbytet. Det måste lösas på något sätt, kanske med så kallade aktivitetsbaserade kontor, dit man kommer ibland men inte har fast arbetsplats.

Pandemin är inte det enda orosmolnet nästa år

Brexit innebär stora förändringar, och inte bara genom att det införs tullar och krångel. Redan nu uppvisar den brittiska ekonomin en stor nedgång, vilket kan drabba svenska företag i

högre utsträckning än de tror.

– Det blir följd effekter. Även om ditt företag inte direkt gör affärer med Storbritannien, kanske dina kunder gör det. Går det sämre för dem, påverkar det även din försäljning. Det här tror jag underskattas.

Hur ska man tänka kring de statliga pandemibidragen – vågar man anta erbjudandet om att skjuta upp skatter och avgifter, trots att staten tar bra betalt för det?

– Om du ser att verksamheten går ner, men har anledning att tro att de kommer att gå upp igen senare i år, absolut. Men det är olika beroende på bransch. Är du tillverkare och har

Många har redan anpassat sig till digitalisering och social distansering.



efterfrågan kanske du kan låta maskinerna gå dygnet runt när pandemin har släppt, då har du möjlighet att ta igen en del av det du har förlorat. Men är du frisör kan du inte klippa dubbelt så många.

Daniel Wibergs slutsats

Analysera ditt företag, satsa på det som verkar fungera. Var uppmärksam på personalkostnader – kanske behöver du säga upp anställda. Dra dig inte för att söka statliga stöd, men det viktigaste är att få verksamheten att fungera.

Uppdrag medmännisklighet

Värföretag
**STOCKHOLMS
 STADSMISSION**
 2020

Tusentals människor befinner sig i dag i hemlöshet eller andra typer av social utsatthet i Sverige. Coronapandemin har inte gjort deras situation lättare. Vi möter Stina Kelly von Essen på Stockholms Stadsmission för ett samtal om hur vi tillsammans skapar ett mänskligare samhälle.

Det är en kylig vårdag och pandemin håller Stockholm i ett järngrepp. Stina Kelly von Essen har just handlat mat åt några 70-plusare och är på väg ut ur affären när en ringsignal ljuder från jobbmobil. Displayen visar "Okänt nummer". Det är lördag, och Stina överlägger hastigt med sig själv om huruvida hon ska ta samtalet eller inte.

För de flesta skulle det falla sig naturligt att låta mobilen ringa för att undvika att ta med sig jobbet hem, men Stina bestämmer sig som tur är för att svara. I andra änden väntar nämligen en människa som inte har något hem.

– Hon säger att det är kallt, att hon fryser och att hon inte har någonting att äta. Vi pratar en stund och hon berättar om hur hon blir bemött. Hon förklarar att folk tittar på henne och att de tycker att hon luktar. Hon vet inte vad hon ska göra.

Många skulle bli rådvilla av att få ett sådant samtal, men Stina, som till vardags arbetar som socialchef på Stockholms Stadsmission, vet precis vilka akutverksamheter hon ska hänvisa till. Innan de avslutar samtalet säger Stina till kvinnan att ta hand om sig i helgen.

– Då börjar hon gråta. Hon förklarar att hon känner sig som en riktig människa när jag säger så. Då tänker jag att vi kan ge de här människorna mat för dagen och någonstans att sova och bidra till långsiktig förändring – men det mänskliga mötet, det där ögonblicket då vi faktiskt ser en annan människa, det är det viktigaste som finns.

Revor i samhällssystemet

Stina Kelly von Essen har under hela sitt liv engagerat sig i frågor som rör social välfärd och människor i

utsatthet. Hon har jobbat med det på många olika sätt, framför allt inom det offentliga, både för kommuner och myndigheter.

– Anledningen till att jag nu jobbar på Stockholms Stadsmission är för att det finns en möjlighet att göra skillnad på riktigt här. Det låter kanske högt, men att kunna få vara med och bidra där samhällets insatser inte räcker till, när de revor som faktiskt finns i vårt samhällssystem gör sig påminda, det är någonting som engagerar mig.

Och konstigt vore det väl annars. Stina växte upp i en familj som så långt tillbaka hon kan minnas alltid diskuterade politik och engagerade sig för andra människor.

– Min mamma startade en Amnesty-grupp runt köksbordet. Den här 70-talsandan, med den gröna vägen och första maj-demonstrationer där jag fick sitta på pappas axlar, präglade mig djupt. Det gav mig en insikt om vikten av att ta socialt ansvar.

I dag finns det gott om möjligheter att göra just det. Det finns många olika typer av socialt utanförskap, och Stockholms Stadsmission jobbar på lika många fronter för att motverka framväxten av parallellsamhällen.

– Vårt uppdrag är dels att jobba gentemot individen, genom att se, lindra och förändra, och dels att jobba gentemot samhället, genom att utmana, komplettera och engagera. Det har vi gjort sedan 1853, och behovet av oss är fortfarande stort.

Genom akutverksamheter möter man varje dag människor som behöver mat för dagen, ombudsmannaskap i sociala rättigheter eller tak över huvudet. Samtidigt jobbar organisationen långsiktigt för att komplettera och förändra samhällets insatser.



”Det mänskliga mötet, ögonblicket då vi faktiskt ser en annan människa, är det viktigaste som finns.”

Stina Kelly von Essen

En av de mest brännande frågorna just nu rör den växande hemlösheten. Enligt Socialstyrelsen befinner sig minst 33 000 människor i en situation där de inte har tillgång till en egen bostad.

– Hemlöshet påverkar inte bara individen, det påverkar hela det nätverk som lever runt den här individen. I förlängningen påverkar det förstås hela samhället. Det här är en fråga som är akut.

Efterlyser ny nationell strategi

Trots det överhängande i situationen har Sverige inte haft någon nationell strategi mot hemlöshet sedan 2009. Det här är ett av de områden där Stockholms Stadsmissions opinionsbildning kommer in i bilden.

– Vi tror att en viktig nyckel till att lösa den här problematiken är att få en ny nationell strategi mot hemlöshet på plats, någon sådan har vi inte haft på många år. Alla stadsmissioner tillsammans presenterade nyligen rapporten "Hemlös 2020" där vi lägger grunden till en sådan. Vi tittar även på



våra nordiska grannar, där till exempel Finland har lyckats väldigt bra med den här frågan. Finland har väldigt få hemlösa idag och vi tror att Sverige kan lära av dem.

Stina menar att den politiska viljan för att försöka få till en förändring redan existerar. Det som behövs är ett tydligare statligt ansvarstagande.

– Det finns nog inte en enda politiker eller tjänsteman i det offentliga som skulle säga eller tycka att det är bra med hemlöshet. Hemlöshet skapar stor utsatthet för individen men det är också ett betydande samhälleligt problem. Det skapar problem i gatumiljön när människor inte har någonstans att sova eller kan sköta sin hygien. Viljan finns där. Det som behövs nu är att skapa en nationell samordning kring den här frågan. Det är hög tid för det. Medan man inväntar att det politiska klimatet ska förändras jobbar Stockholms Stadsmission oavbrutet på i sina verksamheter. Eller man hade åtminstone gjort det om det inte varit för den där pandemin.

Svea Ekonomi stöttar Stockholms Stadsmission

Våren 2020 ökade pandemin lavinartat och kraven på social distansering kom. Många hjälporganisationer blev tvungna att anpassa, och ibland även dra ner på, delar i sin verksamhet. Det här drabbade så klart många utsatta människor som redan hade det tufft och dessvärre ser det ut att fortsätta ett bra tag till. Vi vet vilket viktigt arbete Stockholms Stadsmission gör för Stockholms utsatta och vi har valt att stötta dem i deras verksamhet.

Läs mer om Stina och hennes kollegors arbete på www.stadsmissionen.se där finns även möjlighet att ge en gåva om du också vill vara med och bidra.

Nya grupper söker stöd

Begreppet socialt ansvar inbegriper i dag fler dimensioner än det gjorde 2019. Stockholms Stadsmissions verksamheter har precis som alla andra i hög grad påverkats av coronavirusets utbredning, de efterföljande restriktionerna och samhällets smittskyddsåtgärder.

– Vi har glesat ut våra öppettider så att vi inte är lika många i en verksamhet på samma gång. Samtidigt har vi förstås sett till att ställa ut handsprit och erbjuda möjlighet att tvätta händerna. Det är naturligtvis utmanande att sköta sådana här grundläggande åtgärder när man befinner sig i en hemlöshetssituation. Vi har fått ställa om stora delar av våra verksamheter och fokusera på att tillgodose basbehov.

Pandemin har än så länge inte lett till någon direkt ökning av antalet individer som söker stöttning genom Stockholms Stadsmission. Däremot ser organisationen att helt nya samhällsgrupper börjat söka sig till dem.

– Den som tidigare levde på marginalen har kanske förlorat sitt extrajobb på grund av pandemin, och då har man inte längre råd att sätta mat på bordet hela månaden. Vi såg också gymnasieungdomar som sökte sig till oss när skolorna övergick till distansundervisning under våren, eftersom de inte längre fick mat i skolan och deras familjer inte hade råd att erbjuda dem mat hemma.

När de sociala arenorna i samhället tvingas stänga ner, blir många väldigt ensamma. Det gör årets julaktiviteter till en extra utmanande tid för Stockholms Stadsmission.

– Vanligtvis delar vi ut julklappar till barn, erbjuder möjlighet att hämta lunchlådor och har en stor gemenskapsträff med 2–300 personer. Det går inte i år. Vi kommer att fortsätta med julklappsutdelning och mat, på ett smittskyddssäkert sätt, men det blir mer utspjutt så att inte många människor samlas samtidigt. Julen är viktig för många människor, där mycket fokus vanligtvis läggs på värden som just gemenskap, mat och möten.



Det är en stor utmaning att tillhandahålla det här under en pandemi.

Små saker gör stor skillnad

Förutom att erbjuda akut hjälp med bostäder och mat till ensamma, utslagna, sjuka och äldre individer verkar Stockholms Stadsmission på flera egna arenor. Genom Matmissionen får människor i socialt utanförskap tillgång till lågprisbutiker där man kan handla billigare livsmedel, samtidigt som matsvinnet minskar. Genom att du handlar i Stockholms Stadsmissions

Second hand-butiker minskar klimatavtrycket, samtidigt som människor som står utanför arbetsmarknaden får möjlighet att arbetsträna i butikerna. Och genom det egna designmärket Remake skapas helt nya moden av gamla kläder som skänkts till organisationen.

Förutom att stötta de här rörelserna har Stina flera tips på vad man kan göra för att bidra till ett mänskligare samhälle i vardagen.

– Alla kan göra någonting, från det lilla till det stora. Ett enkelt engagemang är att återbruka och lämna saker

till second hand när du rensar hemma. Det är också ett socialt ansvarstagande som kommer människor som lever i utsatthet till gagn. Det här har ökat under pandemin, många tar tillfället i akt att städa ut hem och förråd. Det är vi väldigt tacksamma för. Man kan förstås bli volontär, inte bara hos oss utan det finns flera organisationer som behöver frivillig hjälp. Annars kan man bli månadsgivare om man vill stötta oss ekonomiskt.

Det finns ytterligare ett viktigt arbete som man kan sköta i vardagen

– och det är att se medmänniskorna runt omkring dig.

– Det är extra viktigt nu i pandemitider. Det kanske bor en granne i din trapp som är lite äldre, som inte har syns till på ett tag. Knacka på dörren eller skicka in ett litet brev under den och fråga hur det står till. Man behöver inte alltid åta sig ett stort engagemang, de små sakerna gör skillnad.

Så hanterar du sena betalningar i pandemitider

Hur kan företag bäst hantera sena betalningar under den pågående pandemin? Den frågan diskuterades i ett webinarium arrangerat av Svea. Fredrik Engström, ordförande i Svensk Inkasso, och Anna Strömberg, inkassochef på Svea Inkasso, ger sina bästa råd.



”Det finns fördröjningseffekter som gör att vi inte har sett hur det blir ännu”

Fredrik Engström

Båda experterna konstaterar att så här långt har antalet inkassoärenden inte ökat. Privatpersoner klarar att betala sina fakturor, trots de oroliga tiderna. Samtidigt varnade båda för att hushållens betalningsförmåga är på väg nedåt.

– Det finns fördröjningseffekter som gör att vi inte har sett hur det blir ännu, säger Fredrik Engström.

Han tror att effekterna blir mer märkbara under början av nästa år när statens stödåtgärder börjar klinga av och arbetslösheten stiger. En ökning av inkassokraven väntas därför under 2021, och alltför många kommer att begära anstånd och be om hjälp med att dela

upp sina betalningar.

Sveas inkassochef Anna Strömberg poängterar vikten av att företag utvecklar strategier och rutiner för att hantera detta. Ett sätt hon rekommenderar är att kategorisera sina kunder. Det betyder att man väljer åtgärder utifrån kundens betalningshistorik, ofta de senaste 12 månaderna. Då kan man vara mer generös med anstånd och avbetalningsplaner för sådana kunder där det är tydligt att det är pandemin som har påverkat betalningsförmågan.

– Däremot bör man se upp med kunder som satt i system att vara sena med betalningar, pandemi eller inte. De bör få sedvanligt krav direkt, säger Anna Strömberg.

Både Fredrik Engström och Anna Strömberg betonar inkassoverksamhetens viktiga roll i samhället. Näringslivet är beroende av att få betalt för sina fordringar. Men när många har eller är på väg in i stor kris måste inkassoföretagen hjälpa till att väga intressena mot varandra.

– Inkassobranchen har antagit särskilda etiska riktlinjer under pandemin. Ett råd: Var lite mer generös med avbetalningsplaner och ackordsuppgörelser om din kund har drabbats av pandemin. Var försiktig med att mäta ut fastigheter eller vräka någon om det är möjligt. Välj rätt indrivningsåtgärd, så att du inte välter dem som har det tillfälligt svårt, säger Fredrik Engström.

Han får medhåll av Anna Strömberg som betonar att indrivningen bör ske på ett sätt som gör det möjligt



Fredrik Engström Svensk Inkasso, Fredrik Berling moderator och Anna Strömberg Svea Inkasso.

för kunden att betala och att betalningssäkra kunder som har tillfälliga betalningsproblem måste få hjälp. Genom att kategorisera kunderna, det vill säga dela in dem i olika grupper, blir det lättare att identifiera vilka åtgärder som ska sättas in. Har du som företagare inte tid eller möjlighet att göra detta, kan företag som Svea hjälpa till med det.

I lagen står att du har rätt att ta ut max 60 kronor i påminnelseavgift och 180 kronor i inkassoavgift. Observera att du senast vid avtalstillfället måste ha avtalat om att ta ut påminnelseavgift vid försenad betalning. Vill du även kräva dröjsmålsränta (referensränta + 8 procentenheter), måste detta

framgå senast av fakturan och om du vill ta ut en dröjsmålsränta som är högre än räntelagens referensränta med tillägg av 8 procentenheter så måste även det avtalas senast vid avtalstillfället. Det är med andra ord för sent att lägga till på fakturan att du kommer debitera påminnelseavgift eller att du kommer debitera ränta som är högre än vad räntelagen föreskriver, vid försenad betalning.

När det gäller näringsidkare kan du ta ut en förseningsersättning på 450 kronor redan dagen efter att fakturan förfallit. I den ingår påminnelseavgift, inkassoavgift samt kostnaden för att lägga upp en avbetalningsplan. Men just i dessa tider kan det vara

idé att som första åtgärd skicka det som Anna Strömberg kallar relationsbyggande påminnelsebrev. En vänlig första påminnelse, helt utan påminnelseavgift. Först andra gången en kund får en betalningspåminnelse inom en viss period påförs en avgift.

Personer och företag som upplever att de har fått svårare att betala sina fakturor får rådet att ta tag i problemet så fort som möjligt. Väntar man finns risken att man bygger upp ett skuldberg.

– Det viktigaste du kan göra är att kontakta inkassoföretaget för att diskutera vad som har hänt och hitta en lösning, säger Anna Strömberg.



”Vänta inte med att kontakta inkassobolaget om du får svårt att betala dina fakturor.”

Anna Strömberg



Kostnadsfria webinarier våren 2021

Se vårt utbud på svea.com/utbildning

svea.com

SVEA

Solna
SE-169 81 Solna
Sverige

Evenemangsgatan 31
Tel: +46 8 735 90 00
Fax: +46 8 735 42 09

Göteborg
Box 2149
SE-403 13 Göteborg
Sverige

Otterhälllegatan 12 B
Tel: +46 31 17 25 45
Fax: +46 31 711 18 16

Åseda
Box 116
SE-364 21 Åseda
Sverige

Sveavägen 1
Tel: +46 8 735 90 00
Fax: +46 474 716 68

Svea Ekonomi AB (publ)
svea.com
info@svea.com

Org. nr: 556489-2924
Säte: Stockholm

Följ oss i sociala media

