

#4 2019

Välj rätt strategi
i ett kontantfritt
samhälle

Så startar du
e-handel i Kina

Pensionsskolan
Så maximerar
du din pension

Cyklande rörmokaren



Hugo Wolgers bevisade att rörmokare kan cykla

Innehåll Nr 4 2019

4 Välj rätt strategi i ett kontantfritt samhälle

Svenskarna använder kontanter allt mer sällan när de handlar. Och många handlare vill helst slippa ta emot dem.

6 Så vet du hur mycket du ska pensionsspara

De flesta företagare lider av pensionsångest. Häng med i vår pensionsskola så berättar vi hur du ska tänka.

8 Låt företaget betala för arbetsrummet hemma

Använder du delar av din bostad som lager eller arbetsrum? Då kan du fakturera företaget eller göra avdrag i deklarationen.

10 7 saker att tänka på inför årsskiftet

Dags att korka upp champagnen igen. Men innan dess – gå igenom vad som behöver göras på denna sida årsskiftet.

12 Cyklande rörmokaren

Det tog Hugo Wolgers två veckor att bevisa att rörmokare trots allt kan cykla.

14 Sveriges 100 mest framgångsrika e-handelsföretag

I Sveriges e-handelsraketer har vi kartlagt Sveriges mest framgångsrika e-handelsföretag.

16 E-handelssuccén Bygghemma

Bygghemma Group har tagit ett rejält grepp kring e-handeln för möbler och inredning.

18 Svenska företag skeptiska till AI

En klar majoritet av svenska B2B-företag har valt att inte nyttja tekniken.

20 Så startar du e-handel i Kina

Kina är annorlunda – men inte så svårnavigerat som du tror. Så länge du börjar i rätt ände.



Välj rätt strategi i ett kontantfritt samhälle



14



Så vet du hur mycket du ska pensionsspara



Cyklande rörmokaren

24 Amazon lockar inte Svenska B2B-företag

Aktörer som Amazon och Alibaba dominerar idag sina marknader och sprider sig snabbt till nya. Svenska företagare är dock inte imponerade.

26 Svea utvecklar Caliroots betallösningar

Avtalet är klart - Caliroots väljer Svea för att utveckla sina betallösningar både on- och offline.

27 Tillfällig minskning av konkurser i november?

Konkurserna minskar, men är det tillfälligt?

28 Kompetenserna svenska företag saknar

För att ta din verksamhet till nästa nivå krävs kompetenser på flera områden. Har du koll på vilka?

30 Young E-business of the Year 2019

E-handelstävlingen för ungdomar mellan 15 och 25 år är avgjord. Läs om vinnarna och finalisterna.



Låt företaget betala för arbetsrummet hemma



Svenska företag skeptiska till AI



Så startar du e-handel i Kina



Kompetenserna svenska företag saknar



Young E-business of the Year 2019

Matigt nummer om företagande

Välkomna till ett makalöst matigt nummer av Update Företag. Det är fullt av intressanta artiklar om hur vi företagare beter oss, och i mångt och mycket känner jag igen mig själv. Hur jag tänkte när jag startade Svea en gång. På fem-i-topplistan över egenskaper som krävs för att lyckas kan jag lätt identifiera tre: Jag vågar nog säga att jag är uthållig, flexibel och kreativ. Hur det är med den sociala kompetensen och lyhördheten får andra avgöra.

Men mycket har hänt de senaste decennierna. Bara en sån sak som att nästan inga kunder har kontanter längre. Hur ska man då kunna ta betalt om strömmen plötsligt går? Jag känner en handlare som alltid har papper och penna lättillgängligt för att skriva upp. Så får kunderna betala senare. En slags ofrivillig kredit som min kollega Stefan Ericson här på Svea skulle skaka på huvudet åt.

Till det moderna företagandet hör också andra företeelser, som e-handel. Missa inte artiklarna om vilka som är Sveriges mest framgångsrika e-handelsföretag, samt om hur man lyckas på jättemarknaden Kina. Kommer man bara in rätt från början kan drömmen om de stora affärerna bli verklighet.

En del säger att svenskarna inte alls är lagom – utan tvärtom extrema på vissa sätt. I varje fall tycks vi vara skeptiska. Både AI och Amazon verkar betraktas som något som inte angår oss. Update reder ut varför.

Och – visst ja – snart är det nytt år igen. Det finns sju saker att tänka på, missa inte dem!

Till dess, God Jul

”En del säger att svenskarna inte alls är lagom – utan tvärtom extrema på vissa sätt. I varje fall tycks vi vara skeptiska.”



Lennart Ågren
Vd, Svea Ekonomi



Välj rätt strategi i ett kontantfritt samhälle

Svenskarna använder kontanter allt mer sällan när de handlar. Och många handlare vill helst slippa ta emot dem. Men vad händer vid ett strömavbrott? Kontantlöst har både för- och nackdelar, påpekar experterna.



Vissa forskare hävdar att Sverige kan vara ett kontantlöst samhälle redan år 2023. Oavsett hur det blir med det ställs allt fler butiker och handlare inför valet att sluta ta emot kontanter. Pengar kostar nämligen, både i form av ökad rånrisk och kostnader för kontanthantering. Och de sistnämnda kan vara avskräckande höga för mindre handlare. Kontantsättning i servicebox är ofta dyrt och det kan vara långt till närmaste bankkontor idag. Det kan också vara dyrt att få kontanter transporterade till butiken.

Att lämna in pengarna på banken efter dagens slut är inte heller alltid ett alternativ, eftersom sju av tio bankkontor slutat hantera kontanter. Att

göra likadant kan vara det optimala valet för många handlare, menar Stig Johansson, chefsstrateg på Svea.

– En handlare som utifrån rationella grunder tar ställning till om hen ska acceptera kontanter kommer förmodligen fram till ett nej, eftersom nackdelarna oftast överväger. Till och med Riksbanken tittar ju på digitala alternativ till pengar.

Vi är inte alltid rationella

Men, vi människor styrs inte alltid av rationella överväganden. Vissa kunder kanske föredrar att betala kontant även i framtiden – för att de är vana vid det, till exempel. Och tänk om just de är dina bästa kunder?

– Titta på din målgrupp och erbjud de betalsätt som den förväntar sig. Räkna in alla kostnader och risker som kontanthantering innebär, och väg dem mot eventuell badwill och försäljningstapp från kunder som bara kan eller vill betala kontant, säger Stig Johansson, och påpekar att även kulturella preferenser skiftar, både vad gäller synen på kontanter och på digitala lösningar.

– Turister är mer kontantbenägna än inhemska kunder, oftast för att de är vana vid det från sina hemländer. Redan på så nära håll som Tyskland är kontantanvändningen enormt mycket större än här. Kinesiska turister blir allt viktigare för många svenska handlare, och de använder gärna den kinesiska appen Alipay, som används av fler än 520 miljoner kineser och som idag är gångbar även i många svenska butiker.

Betalformer i näthandeln

För de handlare som bara finns på nätet har kontanter förstås aldrig varit ett alternativ. Men även där blir det allt viktigare att erbjuda de betalningsalternativ som kunderna föredrar.

De betalformer som varje e-handlare bör erbjuda just nu, är enligt Stig Johansson:

- FAKTURA
- DELBETALNING
- KORT
- DIREKT BANK
- SWISH

Men även på nätet skiftar trender och preferenser

– Allt fler näthandlar via mobilen, vilket gör betalningar enklare, eftersom man inte behöver knappa in lika mycket uppgifter.

De checkout-lösningar som Svea och andra bolag erbjuder webbutiker har gjort betalningsalternativ och köpprocess mer lättanvärd, i och med att gränssnittet i den flik som öppnas är standardiserat och betalningsalternativen inte skiljer sig åt mellan butikerna.

Betallösningar för din webbutik

– Vi följer utvecklingen kring nya betalformer som konsumenterna vill anamma. Handlarna behöver inte fundera på vad som gäller just nu, säger Stig Johansson, som ser ljuset på framtiden vare sig den är kontantlös eller inte:

– Svenska handlare är väl förberedda för framtidens betalningar, jämfört med de flesta övriga länder, definitivt inom e-handeln, kanske lite mindre i den fysiska handeln.

Framtidens betalningar kan också komma att skötas av helt andra aktörer än de vi är vana vid. Utländska banker kan till exempel vara med och konkurrera när gränserna för finansiella tjänster suddas ut i en digital värld.

– Inom EU suddas gränserna ut eftersom regler om så kallad passportering gör att Svea och andra finansiella aktörer kan agera på hela den inre marknaden. Digitaliseringen minskar avståndet mellan bank och kund och underlättar en utrullning av nya tjänster över gränserna. Då kan svenska kunder anlita en utländsk aktör för sin ekonomi, vilket tidigare var både krångligt och otänkbart för de flesta.

Vildvuxen betalningsflora

N26 är en tysk bank som är tidigt ute med att marknadsföra sig till hela EU, brittiska Revolute är en annan aktör.

Här i Norden driver ett antal nordiska banker ett projekt kallat P27, som är ett finansiellt betalnätverk för Nordens 27 miljoner medborgare. Utanför Europa utvecklas nya betalmetoder av globala techjättar som Google, Apple, Samsung och Amazon. Men Stig Johansson framhåller att floran av betalningsmedel inte kan bli alltför vildvuxen:

– Det finns en gräns för hur många betalsätt som konsumenterna kommer att acceptera. Det talar emot uppstickarna även om det döljer sig varumärkesbjässar som Google, Apple och Amazon bakom betalformerna. Deras betalformer är inte heller särskilt nya, de går ut på att digitalisera befintliga kort så att de kan användas från en digital enhet.

Vad vinner techjättarna på det?

– Det stärker kundernas närhet till den enhet de lever av, vilket får dem att stanna kvar i deras klient eller gränssnitt. Men techjättarna vill inte bli finansbolag.

Två andra branschöverskridande bolag som faktiskt tagit fram egna betalmetoder är kinesiska: Alipay från näthandelsjätten Alibaba och chatt-tjänsten WeChat:

– De har transformerat hela den kinesiska betalningsstrukturen, som tidigare var extremt kontantbaserad, genom att erbjuda en infrastruktur för betalningar och en teknik för att flytta pengar. Men även där är syftet att behålla konsumenten i sin tjänst eller sitt gränssnitt.

Digitalt men ändå personligt

Apropå uppstickare och nya utmanare – vad har Svea för planer inför framtiden?

– Att vi nu med Svea Bank blev en ”riktig” bank var en viktig milstolpe för oss. Vi går mer och mer mot att ha ett komplett bankerbjudande där vi kan



”Det finns en gräns för hur många betalsätt konsumenterna kommer att acceptera.”

Stig Johansson

ta hand om en större del av kundernas ekonomi.

– Vi har just lanserat en spännande företagsbank och har nu möjlighet att vara företagets huvudbank och inte bara en kompletterande leverantör. Vi breddar fortlöpande vårt erbjudande och harmoniserar det med vår plattform av befintliga företagstjänster.

Som mindre och snabbfotad aktör har Svea andra möjligheter att vara både personlig och digital, jämfört med storbankerna, menar Stig Johansson.

– Vi har ett mer skräddarsytt erbjudande som bemöter de faktiska utmaningar som det innebär att driva företag. Vi ska vara helt digitala, men även personliga och vi erbjuder en helt digital process för företag som vill bli kund – men sedan ringer vi upp dig för att kolla upplevelsen och om vi kan hjälpa till med något annat. Vi tvingar inte in någon på ett kontor med mössan i handen. Du väljer själv när du har tid.

Och tid verkar allt mer bli en bristvara i vår digitala tid. Inte undra på att bankkontor som stänger klockan tre (och inte tar emot pengar) har spelat ut sin roll...

Så vet du hur mycket du ska pensionsspara

De flesta företagare lider av pensionsångest. Hur mycket får jag? Sparar jag tillräckligt? Så här ska du tänka.

Du har sett pyramiden många gånger: Allmän pension i botten, tjänstepension i mitten och toppen som består av privat pensions-sparande. Det är ingen skillnad om du är företagare. Skillnaden är att du måste betala in både till tjänstepensionen och till den privata pensionen själv, eftersom du är din egen arbetsgivare.

–Fråga dig själv om du skulle acceptera att jobba för någon annan till de pensionsvillkor du har som företagare? Är svaret nej är det dags att agera, säger Tomas Granström på Försäkringsrådgivarna i Stockholm.

Börja med att bygga upp basen. Så fort du tar ut lön, betalar du in arbetsgivaravgifter på 31,42 procent. Du som har enskild firma betalar in egenavgiften på 28,97 procent på ditt överskott. En del av dessa pengar avser din framtida allmänna pension. Ju högre lön, desto högre allmän pension – upp till en månadslön på 43 309 kronor. Högre lön än så ger inte högre allmän pension, men lägre lön ger ju alltid någon pension.

–Brytpunkten för statlig skatt ligger på 42 033 kronor i månaden i år. Jag tycker inte det är någon mening med att ta ut mer. Det ger inte tillräckligt mycket mer i pension för att det ska vara värt det. Går företaget bra är det bättre från skattesynpunkt att ta ut överskottet som utdelning, säger Tomas Granström.

Ditt första pensionsmål är därför att ta ut lön (eller överskott som det heter om du har enskild firma) varje

månad, och betala skatt på det. Det ger även en grund för sjukpenning om du skulle bli sjuk. Ditt andra mål är att ta ut utdelning, som bara beskattas med 20 procent. Enligt förenklingsregeln har aktieägare rätt att ta ut 177 100 kronor, oavsett löneutbetalningar. Om du har anställda kan det vara bättre att använda löneregeln i stället för förenklingsregeln för att ta ut utdelning. Då får aktieägarna ta ut utdelning till lägre beskattning i förhållande till hur stora de samlade löneutbetalningarna är. Men då är ett

krav att du själv som aktieägare tar ut en lön på minst 6 inkomstbasbelopp (386 400 kronor år 2019) plus 5 procent av de totala lönerna i företaget eller 9,6 inkomstbasbelopp (618 240 kronor år 2019).

Så fort företaget börjar tjäna pengar är det dags att starta en tjänstepension för din egen del. Du som tidigare har haft anställning har troligen en eller flera tjänstepensioner liggande, som de förra arbetsgivarna satte in pengar på, i runda slängar 4,5 procent av lönen om året. Vid löner högre än 7,5

prisbasbelopp är insättningarna 30 procent av lönen. Tjänstepensioner från tidigare anställningar ligger kvar och förräntar sig i det pensionsbolag som du har valt i väntan på att du går i pension. Det här kan du kolla upp på www.minpension.se.

Som egenföretagare har du ingen annan arbetsgivare, så du måste själv stå för dessa inbetalningar.

–Skaffa dig en ITP-liknande tjänstepension genom något av de kända försäkringsbolagen. Spara minst 4,5 procent av din lön, alltså 1 125 kr om

du har en lön på 25 000 kronor och max 1 890 kronor i månaden om du tar ut 42 033 kronor. Se till att du får med försäkringar i form av gruppliv, gruppolycksfall och eventuellt en sjukförsäkring, särskilt om du har försörjningsansvar för barn. Dessa försäkringar är billiga – i alla fall om man är i 40-årsåldern. Som företagare kan du teckna en så kallad *konsolideringssjuk*, en försäkring som ger dig 106 procent av din lön om du blir sjuk, säger Tomas Granström.

En sak att tänka på är att det du

Mycket att tänka på när pensionen närmar sig.

Låt företaget betala för arbetsrummet hemma

Många företagare vet hur det är. Man sitter i arbetsrummet hemma och sköter administrationen. Och man förvarar mängder av prylar som hör till företaget i sin egen källare. Då är det dags att låta företaget betala för detta. Här är vad som gäller.

Oavsett vad du använder lokalen till – kontor eller lager – finns det två vägar att gå: Antingen dra av för hemmalokalen i deklarationen, eller hyra ut lokalen till ditt eget företag och få privat inkomst. I båda fallen är reglerna hårda, men inte omöjliga. Ett generellt krav är att företaget verkligen behöver lokalen och alltså inte har ett annat kontor eller lager för samma syfte.

Exempel på behov:

- Du är konsult och arbetar hemma
- Du är e-handlare och behöver ett lagerutrymme för varor
- Du är restaurangägare och behöver ett lagerutrymme för extra glas och porslin
- Du är frisör och behöver ett rum för administration som inte kan skötas i salongen

Om du har enskild firma och jobbar hemma

Företagare som har enskild firma och behöver ett arbetsrum hemma kan få avdrag på skatten för att upplåta en del av sitt hem. Antingen kan du använda dig av en schablon, eller begära avdrag för verkliga kostnader.

Schablonregel 1:

Du som äger en fastighet där ditt företag har ett arbetsrum får dra av 2 000 kronor per år, punkt slut. Inga kostnader utöver det. Dessutom finns ett krav: Du måste jobba i rummet minst 800 timmar om året, vilket är omkring 15 timmar i veckan, 52 veckor om året.

Schablonregel 2:

Om du bor i hyres- eller bostadsrätt och din enskilda firma behöver ett arbetsrum – då får du dra av 4 000 kronor per år. Men du måste fortfarande jobba i det rummet minst 800 timmar om året. Kravet på arbetstid är alltså kopplat till schablonavdraget.

En annan variant för dig som är hyresgäst är att du kan få avdrag för en del av hyran. Hur stort avdraget är beror på hur stor del av bostaden som ditt företag använder.

Bor du i bostadsrätt drar du av på basis av månadsavgiften i stället för hyran.

Passa dig för att försöka göra större avdrag än vad som motsvarar arbetsrummets andel av hela bostaden. Gör du det riskerar du att Skatteverket kräver att du tar upp det du "tjänar" som löneförmån.

Verkliga kostnader:

Om du inte vill använda schablonreglerna finns det en möjlighet att få avdrag för verkliga kostnader. Det gäller el, värme, sophämtning och vatten. Men då måste rummet vara särskilt inrättat för arbete eller lager och får till exempel inte innehålla en säng. Och det kan vara krångligt att räkna ut hur mycket av elen och vattnet som ska hänföras till arbetsrummet.

Om du har aktiefirma och jobbar hemma

Driver du ett aktiefirma ges inte samma möjlighet att få avdrag för rum hemma. Reglerna är hårdare så



till vida att rummet måste vara särskilt avsett som arbetsrum och inte får användas som något annat samtidigt, till exempel hobbyrum eller gästrum. Därför kan det vara bättre att ditt företag i stället hyr ett rum av dig som privatperson. Du och företaget är då två helt olika juridiska personer, som gör en affär med varandra som vilka två som helst.

För att hyresintäkten sedan ska kunna beskattas mer fördelaktigt som inkomst av kapital i stället för inkomst av tjänst, måste du upprätta ett hyresavtal mellan dig själv och ditt företag. Om du och din make/maka äger huset tillsammans, måste ni båda stå som hyresvärdar på kontraktet.

I kontraktet ska framgå hur stort utrymmet är och du måste bestämma

hyresnivå. Det är viktigt att hyran är marknadsmässig, och här krävs att du gör lite research. Tänk att marknadsvärdet är den hyra som du hade kunnat få om utrymmet hade hyrts ut till en utomstående. Tar du ut för hög hyra jämfört med andra kan det som ligger över marknadshyra betraktas som överhyra av Skatteverket och du blir tvungen att skatta för den som lön

med sociala avgifter. Så var noga.

Bolaget får sedan göra avdrag för hyreskostnaden och du som hyresvärd får betala 30 procent i kapitalskatt.

Och precis som för enskild firma ovan, tänk på att företaget måste ha ett verkligt behov av lokalen.

7 saker att tänka på inför årsskiftet

Dags att korka upp champagnen igen. Men innan dess – gå igenom vad som behöver göras på denna sida årsskiftet för att företaget ska må så bra som möjligt. Här är några viktiga saker att tänka på.

1 Ta ut rätt lön

Som företagare gäller det att ta ut en lön som ligger under brytpunkten för statlig skatt, men samtidigt ger maximal pensionsgrundande inkomst. Då får man också automatiskt full föräldrapenning och sjukpenninggrundande inkomst. För 2019 ligger brytpunkten på 43 309 kronor i månaden.

Om du har anställda är det lönerna under 2019 som avgör hur mycket du kan ta ut som lågbeskattad utdelning nästa år. Då måste du själv som aktieägare ta ut en lön på minst 6 inkomstbasbelopp (386 400 kronor år 2019) plus 5 procent av de totala lönerna i företaget eller 9,6 inkomstbasbelopp (618 240 kronor år 2019). Detta måste vara på plats före årsskiftet.

2 Återför periodiseringsfonder

En annan sak som måste vara klar innan klockan slår midnatt är att lösa upp obeskattade reserver, till exempel periodiseringsfonder. Genom att göra det kan du öka bolagets fria kapital och ta ut mer som lågbeskattad utdelning. Men du måste betala bolagsskatt vid upplösningen. Fundera i god tid på hur du vill göra.

3 Köpa bolag före eller efter nyår

Om du planerar att förvärva ett bolag påverkas dina möjligheter till utdelning beroende på vilken sida om årsskiftet som affären genomförs. Om du gör det före årsskiftet har du möjlighet att ta ut utdelning nästa år enligt förenklingsregeln (177 100 kronor år 2020).

Går det inte att ta ut denna utdelning, kan det vara bättre att göra affären efter årsskiftet, med tanke på att kravet på aktiekapital då sänks från 50 000 kronor till 25 000 kronor.

4 Höjd fordonsskatt

För bilar som säljs från 1 januari nästa år blir fordonsskatten högre då man baserar koldioxidutsläppshalten utifrån en annan mätmetod WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure) än den som används nu. Med denna beräkning väntas nuvarande koldioxidhalt öka med cirka 30 procent i genomsnitt, vilket höjer fordonsskatten.

Bra att känna till är att gamla bilar inte drabbas av den nya höjningen. Den gäller bara nya bilar som registreras från och med 1 januari 2020.

5 Kvitta kapitalförluster mot vinster

Om du har gjort aktieaffärer med förlust under 2019 kan du kvitta dem mot vinster och få lägre skatt. Men då måste du realisera förlusterna och vinsterna på denna sida årsskiftet.

6 Skattefria julgävor

Om du ger julgävor till anställda är de skattefria om värdet inte överstiger 450 kronor (samma som förra året) inklusive moms. Skulle julgåvan vara värd mer måste den anställda skatta för hela beloppet, inte bara det som överstiger.

7 Lägre skatt för gåvor

Vill du hellre skänka pengar till välgörenhet, kan du återigen få upp till 1 500 kronors skattereduktion för gåvor som lämnas till godkända organisationer.

... just det, en sak till Värnskatten försvinner

Den största förändringen i regeringens budgetproposition för 2020 är att värnskatten avskaffas. Det innebär att den statliga skatten på tjänsteinkomster högst kan uppgå till 20 procent mot tidigare 25 procent. Den som har extra inkomster att vänta, exempelvis bonusersättning som beskattas som tjänst, vinner på att ta ut bonusen efter årsskiftet.



Cyklande rörmokaren

En humla kan inte flyga. En rörmokare kan inte cykla. Det tog 60 år för forskare att bevisa varför humlor trots allt kan flyga. Det tog Hugo Wolgers två veckor att bevisa att rörmokare trots allt kan cykla.

Du känner kanske igen Hugo från våra reklamfilmer. Han är en av många entreprenörer som inspirerat oss när vi skapat Banken för företagare. Här kan du ta del av hans historia.

Ja, rörmokare kan alltså cykla och för Hugo handlar det om att den passiva träningen lindrar stressen och gör det möjligt att leverera modern

service som både kunderna och miljön är glada över.

– Många i branschen tyckte att vi var helt dumma i huvudet. Jag tror att de kände sig ifrågasatta, att vi var någon typ av hot eller pik mot hur man traditionellt jobbar, säger Hugo Wolgers, grundare av Cyklande Rörmokaren AB. Hugo var tidigare en av tusentals bilförare i Stockholm som,

med högre puls än varvtal, krypkörde till och från jobbet.

– Jag kunde komma hem alldeles hes för att jag hade suttit och vrålat så mycket i bilen, berättar han.

Det går alltid fortare att cykla

Så för att slippa bilköer, och spara in på honungste, började han cykla i så stor utsträckning som möjligt. Det gick

dessutom alltid fortare. Ett frö började växa i hans hjärna och bar frukt den dag han fick ett större projekt på andra sidan innerstan. Han planerade mer noggrant och kunde börja cykla varje dag. Det blev inte bara bättre för miljön, utan också för hans fysiska och psykiska hälsa. Han hade konceptet klart.

– Det var generellt sett inte några problem. Jag undrade "varför gör ingen det här till en arbetsmodell? Varför finns det inga fler som jobbar på det här sättet?" Om jag någon gång skulle starta en rörmokarfirma, då skulle jag starta en cyklande rörmokarfirma. Och så blev det.

Hugo Wolgers startade Cyklande Rörmokaren tillsammans med barn- och ungdomsvännen och ekonomen Alexander Ulygård - men de vågade inte lämna sina fasta jobb. Alla varnade om de två hundåren man måste genomlida innan man får tillräckligt med kunder. Men samma dag de lanserade företaget fick de sitt första jobb, och så rullade det på. Två veckor senare hamnade de på omslaget till tidningen VVS-Forum och de har aldrig sett tillbaka.

– Redan första året vann vi priset Årets Hantverkare och då inte som ett litet företag, utan som ett medelstort företag. Företaget som, enligt alla, aldrig skulle funka och var helt idiotiskt.

En utmaning som består är rekryteringen. De som jobbar på Cyklande Rörmokaren har Hugo lärt upp från grunden. Det är personer som har utbildat sig till rörmokare men sedan inte haft körkort eller varit så förtjusta i branschen, så de har inte hunnit jobba så länge.

– Det är en del smutskastning och machokultur i branschen, vilket blir ett hinder för många. Men så ser de oss som inte har det här problemet över huvudet, och så testas vi dem och ser om de passar oss. På det sättet rekryterar vi.

– Sen är det viktigt att de har jobbat inom branschen innan, men det är tyvärr ännu ingen med lång erfarenhet som velat överge det gamla arbetsättet för att jobba med oss.

Humlan flyger för den vet inte att den inte kan, var ett berömt svar i den gamla versionen av tv-programmet Fråga Lund. Rörmokare behöver kanske bli lika naivt modiga.

Vi ville något mer

– Vi kunde ha startat en vanlig rörmokarfirma, döpt den till Wolgers rör och så hade det varit bra med det. Men vi kände att vi ville något mer. Det är helt fantastiskt att leverera en produkt



”Redan första året vann vi priset Årets Hantverkare.”

Hugo Wolgers

som kunderna är enormt tacksamma och glada över. Att få den egoboosten varje gång man har gjort klart ett jobb och kunden säger "det är så coolt att ni gör det här, vi har inte sett någon annan firma som gör på det här sättet".

Hugo Wolgers ser bara fördelar med sin modell och trivs med att vara pionjär.

– Vi fokuserar mycket på service och vad som är bra för hälsan och miljön. Jag tror verkligen att branschen kommer att förändras på grund av det här. Att det kommer att se helt annorlunda ut i framtiden.

Cyklande Rörmokarens vision är att leverera bra rörmokar- och hantverkarservice med miljövänligt tänk. Detta genom att de cyklar samt fokuserar på reparation och återanvändning istället för slit och släng.

Hugo packar cykeln för att åka på nästa jobb.



Fakta

Vem? Hugo Wolgers

Gör? Driver Cyklande Rörmokaren, en rörmokar- och hantverkarservice med miljövänligt tänk.

Plats? . . . Stockholm.

Grundat? 2017

Varför? . . Varför finns det inga fler som jobbar på det här sättet?

Därför gillar

vi Hugo: . Han höll fast vid sin övertygelse trots att andra hånade honom.

Här är Sveriges 100 mest framgångsrika e-handelsföretag

E-handeln fortsätter växa i Sverige vilket har fått allt fler bolag att utveckla sin affärsmodell för att även kunna möta kunderna digitalt. I Sveriges e-handelsraketer har vi kartlagt Sveriges mest framgångsrika e-handelsföretag.

Den årliga kartläggningen *Sveriges e-handelsraketer* från Svea rankar Sveriges 100 mest framgångsrika e-handelsföretag. Kartläggningen genomförs med hjälp av statistik från Allabolag.se. De 100 företag som placerat sig på listan är de som har haft den högsta procentuella omsättningsökningen under det senaste mätbara året.

Sveriges e-handelsraket är 2019 är företaget fxswede.com från Finspång. Företaget har majoriteten av sin försäljning hos Amazon och en imponerande tillväxt på hela 549 procent. Strax där bakom placerar sig glasögonföretaget Chimi Eyewear med en tillväxt på 491 procent.

Bland bolag med högre omsättning än 100 miljoner kronor är istället kitchentime.se bäst i landet. Uppsala-företaget har nästintill dubblat sin omsättning.

– Svenskarna är idag så pass digitala att det nästan är ett krav att erbjuda e-handel. Som tur är har många företag kommit till den insikten. Att tröskeln är låg för att öppna e-butik gör det än mer självklart för företag att ha försäljning online. Det gör dessutom att bolag från olika branscher kan lyckas, vilket topplistan visar. Vår kartläggning är ett tydligt bevis på att det kan gå snabbt att göra en rejäl tillväxtresa med en digital handel, säger Magdalena Caesar, Affärsområdeschef betallösningar för e-handel på Svea Ekonomi.

– Vi har sedan dag ett jobbat med en tydlig vision om att skapa en stark varumärkesprofil genom innovativt content, en offensiv strategi på sociala medier och försäljning i retailkanaler med premium-nisch. Chimi är ett affordable luxury brand i en schysst

prisklass och för att lyckas med det har en välfungerande e-handel varit betydande. Vi har hela tiden velat växa snabbt och det är fortsatt målsättningen, säger Daniel Djurdjevic, vd och grundare på Chimi Eyewear.

Stockholm och Skåne i topp

För tredje året i rad dominerar Stockholm topp 100-listan då hela 36

Topplista Sveriges e-handelsraketer

- 1 fxswede.com
- 2 chimieyewear.com
- 3 skokallarn.se
- 4 skalhuset.se
- 5 posterstore.se
- 6 ecocig.se
- 7 golvin.se
- 8 prydligt.se
- 9 happygreen.se
- 10 irootfor.com

Topplista Sveriges e-handelsraketer +100 miljoner kronor

- 1 kitchentime.se
- 2 ridestore.se
- 3 cykelkraft.se
- 4 kidsbrandstore.se
- 5 footway.se
- 6 nordicnest.se
- 7 jollyroom.se
- 8 loyalty-group.se
- 9 bubbleroom.se
- 10 boozt.com

Om kartläggningen

Med hjälp av data från Allabolag.se har samtliga e-handelsföretag i Sverige kartlagts. Totalt finns 1 084 e-butiker med på listan. Företagens totala omsättning under 2017 har jämförts med omsättningen för 2018 och därefter har den procentuella förändringen beräknats. Företag med lägre omsättning än 1 miljon kronor under 2017 har exkluderats i kartläggningen.

Vill du veta mer

Då är du välkommen att kontakta Magdalena Caesar, Affärsområdeschef betallösningar e-handel, Svea Ekonomi. Magdalena når du på telefon 08-470 35 88 eller via mejl magdalena.caesar@svea.com



”Svenskarna är så digitala idag att det nästan är ett krav att erbjuda e-handel.”

Magdalena Caesar



Illustration: Anna Windborne

E-handelssuccén Bygghemma

Bygghemma Group har tagit ett rejält grepp kring e-handeln för möbler och inredning. Och vi har fått vara med dem på resan.



”Det är viktigt att kunderna känner sig trygga när de ska betala.”

Mikael Olander

– Svea sköter betalningarna och hanterar kreditbedömningar av våra kunder. Därefter äger de kundfordran och ser till att driva in pengarna. Det besparar oss väldigt mycket huvudvärk, berättar han.

Vad är extra viktigt när det gäller ekonomilösningar inom e-handeln?

– I våra butiker är det ganska höga ordervärden, så det är extra viktigt att kunden känner sig trygg vid betalningen. Det gör att vi är måna om att våra partners har egna starka varumärken. Man måste hela tiden kunna känna sig trygg med sajten och betalningslösningen, och det ska gå enkelt och snabbt att handla.

Vad gör Svea till en bra partner för er?

– De bidrar med en professionalitet som gör att vi känner oss trygga med att lämna kunden i deras händer. Vi gillar att jobba med bolag som har gedigen bakgrund och erfarenhet.

Mikael Olander poängterar samtidigt att de hårda parametrarna inte ger hela bilden av ett partnerskap. Ett tätt samarbete över många år – som dessutom involverar hanteringen av miljardbelopp – kräver någonting mer.

– Naturligtvis spelar även mjuka värden in. Vi ser Svea som ett bolag med stort engagemang och lyhördhet, vilket har varit extra viktigt i vår kraftiga tillväxtfas. De förstår verkligen företagarens villkor. Dessutom har vi en gemensam målbild och ambition: Att hela tiden bli bättre på det vi gör.

Målet var tydligt redan från början: Att bli den dominerande renodlade e-handlaren inom heminredningssegmentet. Sedan Bygghemma.se grundades 2011 har planen uppfyllts med råge, genom lika delar organisk tillväxt och strategiska förvärv.

Från 200 miljoner kronor i omsättning 2011, sålde Bygghemma Group möbler och inredningsprodukter för hela 5 miljarder kronor under 2018.

I e-handelns uppbyggnadsfas på 00-talet var det böcker och hemelektronik som gick bäst på nätet. Men de senaste fem åren har möbler och

inredning sett en kraftig ökning.

– Vi såg siffrorna 2011 och kunde inte begripa varför segmentet låg så pass lågt, säger Mikael Olander, COO på Bygghemma Group.

– Egentligen är det ju stora och krångliga produkter till hemmet som man tjänar mest på att beställa över

nätet. Hemleverans blir extra värdefullt eftersom det är så tidsbesparande. Idag står vårt segment för 10 procent av e-handelns totala omsättning i Sverige.

Finansiell partner

Med så många varumärken, samt näst

intill oändligt breda sortiment och komplexa leveranser och retur, en flora av betalningslösningar och finansieringsupplägg, säger Mikael Olander att det vore övermäktigt att hantera hela den processen internt. Därför har man under flera år använt sig av Svea som partner.

Svenska företag skeptiska till AI



AI har blivit mer tillgänglig och anpassningsbar för fler branscher.



”AI som teknik är relativt ny för näringslivet och det råder stor okunskap kring nyttan.”

Thomas Svensson

Så här svarade företagarna i undersökningen

Överväger ni att integrera AI-teknik i ert företag?	Totalt
Nej	69 %
Ja	18 %
Använder redan AI	6 %
Är inte bekant med AI	3 %
Vet ej	4 %

Varför överväger ni inte att integrera AI-teknik i ert företag?	Totalt
Ser ingen nytta med AI	47 %
Tror inte att det skulle bidra till ökad försäljning	11 %
Har inte den kompetens som krävs	10 %
Det verkar för krångligt	6 %
Det är för dyrt	5 %
Har inte tillräckligt med data för att det skulle vara värt investeringen	4 %
AI är bara en övergående trend	0 %
Annat	24 %
Vet inte	8 %

På vilka sätt tror du AI kan påverka din försäljning positivt?	Totalt
Effektivare säljprocesser	50 %
Nöjdare kunder	46 %
Effektivare marknadskampanjer	45 %
Kortare besluts- och köpprocesser	36 %
Mer personlig/bättre kundupplevelse	35 %
Högre kundlojalitet	29 %
Tror inte att AI kan påverka företagets försäljning positivt	5 %
Vet inte	6 %

Om undersökningen

Undersökningen är genomförd av Novus under perioden 23 maj till 11 juni 2019. Totalt har 501 telefonintervjuer genomförts med vd:ar och marknads- och försäljningschefer som ansvarar för försäljning genom digitala kanaler. Endast företag med 10 eller fler anställda har ingått i undersökningen.

Det har talats om artificiell intelligens, AI, i decennier, men allt mer intensivt de senaste åren. Företag som var tidiga med AI kan idag visa hur det förändrat och utvecklat deras verksamhet. Trots det har en klar majoritet av svenska B2B-företag valt att inte nyttja tekniken.

För många har AI blivit en del av vardagslivet. Exempelvis när vi skriver sms, lyssnar på musik och letar vägbeskrivningar. Och möjligheterna är inte bara begränsade till konsumenternas beteende. Tekniken har på många sätt visat sig vara värdefull för företag med B2B-försäljning genom insikter som spetsar till erbjudandet och effektiviserar säljkedjan.

I rapporten Digital försäljning till företag, där fler än 500 företag deltagit, har vi undersökt B2B-företag och deras inställning till ny teknik i form av AI. Undersökningen visar att nästintill varannan svensk företagare inte ser någon nytta

med AI. Dessutom har sju av tio inga planer på att nyttja tekniken. Rapporten visar även att endast sex procent uppger att deras företag redan använder AI.

– AI som teknik är relativt ny för näringslivet och det råder bevisligen stor okunskap kring vilken nytta det kan skapa. Tekniken ersätter inte säljpersonal eller andra anställda. Istället kan bolagen med teknikens hjälp lägga mindre tid på repetitiva uppgifter och mer på att hitta nya kunder, skapa en djupare förståelse för sina utmaningar och sälja mer på befintliga kunder, säger Thomas Svensson, Partner manager och e-handelsexpert på Svea Ekonomi.

Positiva aspekter med AI

Trots en skeptisk inställning till AI är det ingen som tror att det bara är en övergående trend. Varannan tror nämligen att AI:ns funktion kan bidra till effektivare säljprocesser. Samtidigt som 36 procent av svenska företagare tror att de med hjälp av AI kan förbättra kundupplevelsen och därmed få nöjdare kunder.

– Det handlar inte om att hoppa på all ny teknik, utan att skapa sig förståelse om vilken potential AI har när den blir mer tillgänglig och anpassningsbar för fler branscher. Fler företag bör förbereda sig och prova olika möjligheter att utnyttja AI, avslutar Thomas.

Vill du veta mer

Då är du välkommen att kontakta Magdalena Caesar, Affärsområdeschef betallösningar e-handel, Svea Ekonomi. Magdalena når du på telefon 08-470 35 88 eller via mejl magdalena.caesar@svea.com

Så startar du e-handel i Kina

Kina är annorlunda – men inte så mystiskt och svårnavigerat som du kanske tror. Så länge du börjar i rätt ände.

Vi leker med tanken att du – låt säga – behöver sälja 100 bilar på fem minuter. Du behöver hundra försäljare med världens snabbaste munnar, och ut ur dessa munnar behöver det komma världens mest oemotståndliga pitch. Eller så gör du som Mini Cooper gjorde i Kina. De lät influencern Becky Li – även kallad "shoppingens gudinna" – lösa det med tre inlägg på sitt WeChat-konto.

Det första inlägget tipsade om ett kommande unikt erbjudande i samarbete med Mini Cooper. Det andra genererade 1 000 förbeställningar av den begränsade upplagan av turkosa Minis. I inlägg tre uppmanade Becky Li de som förbeställt att genomföra sitt köp. En rivstart senare hade alla 100 bilar sålts. Betalningarna var klara på 50 minuter.

Börja i rätt ände

Varför berättar vi det här? Jo, därför att ska du ta din e-handel till Kina måste du börja i rätt ände – och den stavas "sociala medier".

Josephine Schagerström är affärsutvecklare på Netanic, ett företag specialiserat på den kinesiska e-handelsmarknaden:

– Börja i sociala medier i sex månader. Vänta med butik och lager. Bygg ditt varumärke och se om det skapas något snack kring ditt erbjudande. Finns det WeChat-program eller skapas det grupper och QR-koder kring din produkt eller nisch? Influencers på WeChat och Weibo (ibland kallat "Kinas Twitter") brukar gilla utländska varumärken, säger hon. En SoMe-först-strategi hjälper dig inte bara att skapa uppmärksamhet kring din produkt, den fungerar också som en marknadsundersökning.

I Sverige finns små tomrum mellan den privata sfären, marknadsföring och försäljning. I Kina är allt detta

mycket mer sammanflätat, via jätten WeChat och de stora e-handelsplattformarna som Tmall, Taobao och JD – både tekniskt och beteendemässigt. Att sälja 100 Mini Coopers i Sverige kan kräva månader av kampanjande i olika kanaler. Becky Li gör det live i några inlägg via sina 4,5 miljoner följare på WeChat (och 3 miljoner på Weibo). Faktum är att bilköpen online växer kraftigt i Kina. Redan 2016 nådde de milstolpen en miljon sålda bilar på nätet.

Trendkänsliga

– Alla är på WeChat och allt länkas ut till butik. Kineserna är trendkänsliga, pålästa och tummar inte på kvalitet. De köper ofta för att fylla ett visst behov och produkter som tydligt svarar upp mot dessa kan nå framgång snabbt. De ser upp till kändisar och influencers, och små enkla live-talkshows med produktvisningar i de sociala nätverken konverterar direkt, säger Josephine Schagerström.

Ett sådant exempel är kosmetika med serum, som bland annat de hudvårdande ansiktsmasker som slog igenom stort i Kina för ett par år sedan. Kineserna konsumerar också gärna utländska varor. Speciellt om de samtidigt innebär kvalitet. Generationer av ettbarnspolitik har resulterat i syskonlösa barn som "ska ha det bästa" av sina föräldrar och far- och morföräldrar.

– Det kan handla om att de köper en viss mat från Australien till sina barn och barnbarn. Sverige har dessutom ett gott rykte, så det finns goda möjligheter för svenska varumärken i Kina. – Tidigare var också medelklassen med barn den enda direkta målgruppen. Idag är de som är födda runt 1990-95 köpstarka konsumenter på väg ut i arbetslivet. Samhället har förändrats.

4 steg till Kina

Josephine Schagerström, affärsutvecklare på Netanic, tipsar om hur du startar upp din e-handel i jätten i öst.

1. Ta hjälp

– Sätt din strategi först och ta hjälp av de som förstår din situation, e-handelsmarknaden i Kina samt har rätt kontakter. Sökmotorer och sociala plattformar är helt andra än i Europa. WeChat och Weibo dominerar och Baidu är Kinas motsvarighet till Google. Man annonserar också mycket på de stora e-handelsplattformarna Tmall och JD.

Använd dina partners till både rådgivning och senare till konkret implementering. För att ta dig in på den enorma e-handelsmarknaden i Kina behöver du en så kallad Tmall-partner eller Trusted partner.

2. Socialt först

– Det vanligaste misstaget svenska företag gör är att de inte förstår hur viktigt det är med sociala medier för e-handel i Kina. Börja i sociala medier i sex månader. Vänta med butik och lager. Bygg ditt varumärke och se om det skapas något snack kring ditt erbjudande. Finns det WeChat-program eller skapas det grupper och QR-koder kring din produkt eller nisch?

Influencers på WeChat och Weibo (ibland kallat "Kinas Twitter") brukar gilla

utländska varumärken – kan du hitta samarbeten? Denna SoMe-först-strategi hjälper dig inte bara att skapa uppmärksamhet kring din produkt, den fungerar också som en marknadsundersökning. UGC (User Generated Content) är ett koncept som växer mycket i Asien där konsumenterna marknadsför varumärket snarare än tvärtom.

3. Börja smått

– Det finns några olika modeller för att starta din e-handel i Kina. En bra idé kan vara att börja smått. Ett



enkelt första steg du kan ta är Tmall's nya tjänst TOF (Tmall Overseas Fulfillment), en retail-lösning för varumärken som är okända i Kina. Genom att använda ett av Tmall's TOF-center kan du lagra och distribuera en mindre mängd produkter i Europa för snabbfrakt i Kina, som ett första test.

4. Välj modell

– Förutom TOF (se punkt 3) finns i huvudsak tre modeller för din e-butik i Kina som alla bygger på att vara del av någon av de stora e-handelsplattformarna. Den enklaste är Online distribution, som i korthet går ut på att ni genom er partner distribuerar era produkter till olika butiker på e-handelsplattformarna. Nästa steg är att gå med i en Galleria som samlar branscher, till exempel hudvård. Den största investeringen är att ha en egen Flagship store. Då behöver du hyra en partner, som driver e-butiken och marknadsföringen.

Josephine Schagerström, affärsutvecklare på Netanic.

Betalningsindex

Stabilt betalindex TROTS NEDGÅNG

Många talar om att konjunkturen har bromsat in, men ännu har detta inte påverkat längden på företagets betalningstider. I december 2019 är betalningsbeteendet bland svenska företag fortfarande gott.

Statistiken, som fått namnet Betalningsindex och tas fram av affärsinformationsföretaget Bisnode, kan anta ett värde mellan 0 och 100, där 80 innebär att företaget betalar på förfallodatum. Ett betalningsindex på 85 betyder att företaget betalar i genomsnitt 5 dagar i förskott och ett betalningsindex på 75 att man betalar 5 dagar för sent.

Tabellen visar att betalningarna i december 2019 totalt låg på 79,42, alltså mycket nära idealet 80. Siffran för december 2018 var faktiskt något sämre, 79,35, medan den för två år sedan låg på 79,49. Tendensen för december i år alltså förbättrats marginellt jämfört med samma månad 2018, men förändringarna är ytterst små.

BRANSCH	PAYDEX			Skillnad senaste året
	2019-12	2018-12	2017-12	
Juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	79,27	79,15	79,18	0,12
Kultur, nöje och fritid	80,28	79,98	79,83	0,30
Offentlig förvaltning och försvar	79,61	79,64	79,39	-0,03
Tillverkning	78,99	79,04	79,20	-0,05
Transport och magasinering	79,81	79,71	79,89	0,10
Utbildning	80,04	79,83	79,78	0,11
Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	79,47	79,35	79,59	0,12
Utvinning av mineral	80,28	79,74	79,06	0,54
Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering	79,34	79,07	79,23	0,27
Vård omsorg och sociala tjänster	79,74	79,93	79,96	-0,19
Byggverksamhet	79,27	79,20	79,43	0,07
Verksamhet vid internationella organisationer	83,40	86,27	84,67	-2,87
El, gas, värme och kyla	79,47	79,95	79,60	-0,48
Fastighetsverksamhet	80,07	80,10	80,20	-0,03
Finans- och försäkringsverksamhet	79,48	79,51	79,44	-0,03
Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	79,26	79,15	79,29	0,09
Hotell- och restaurangverksamhet	79,75	79,77	79,89	-0,02
Informations- och kommunikationsverksamhet	78,85	78,70	78,79	0,15
Jordbruk, skogsbruk och fiske	80,54	80,29	80,57	0,25
Annan serviceverksamhet	80,26	80,08	80,05	0,18
Uppgift om Bransch saknas	82,59	82,97	82,05	-0,38
Total (ALL)	79,42	79,35	79,49	0,07

Källa: Bisnode

Amazon lockar inte Svenska B2B-företag



Externa marknadsplatser blir allt mer populära världen över. Aktörer som Amazon och Alibaba dominerar idag sina marknader och sprider sig snabbt till nya. Svenska företagare är dock inte imponerade.

Svenska företag med B2B-försäljning är överens. Externa digitala marknadsplatser är inget för dem. Det visar vår rapport *Digital försäljning till företag*. Där har fler än 500 B2B-företag svarat på frågor gällande deras inställning till externa digitala marknadsplatser.

Undersökningen visar att 86 procent inte överväger att använda en digital extern marknadsplats för sin digitala försäljning. Den vanligaste anledningen till det är att företagets produkter inte passar där, det uppger två av tre. Konkurrensen på marknadsplatserna verkar dock inte skrämja

företagarna. Endast en procent uppger nämligen att konkurrensen är för hård.

– Som företagare bör man sätta sig in i hur dessa marknadsplatser kan påverka verksamheten. Det finns nämligen både utmaningar och möjligheter med att finnas där. Här bör företag ha ett mer öppet sinne. Det kan ge företag ytterligare exponering samtidigt som de når marknader de tidigare inte bearbetat, säger Thomas Svensson, Partner manager och e-handelsexpert, Svea Ekonomi.

Digitala marknadsplatser en global succé

Trots svenska företagens skeptiska inställning till marknadsplatserna gör de succé runt om i världen. Amazon omsätter årligen ungefär 90 miljarder kronor och fortsätter att växa. Ett tydligt bevis på att konceptet är uppskattat. Även om Amazon och liknande alternativ inte finns på den svenska marknaden i dagsläget bör företagare vara medvetna om fördelarna. Thomas Svensson har därför listat tre viktiga aspekter med digitala marknadsplatser.



”Företagen borde vara mer öppna för marknadsplatsernas möjligheter.”

Thomas Svensson

3 fördelar med externa digitala marknadsplatser

1. Smidighet

Försäljning på en extern marknadsplats innebär flera fördelar. Du slipper exempelvis utveckla den digitala plattformen själv samtidigt som centrala avtal för logistik och betal-lösningar redan finns på plats.

2. Större synlighet

Att sälja sina varor eller tjänster via exempelvis Amazon innebär ökad synlighet. Det kan också ge dig en bättre ranking på Google eftersom du kan få trafik från de stora marknadsplatserna.

3. Fler konverteringar

Det kan också hjälpa till att bygga legitimitet till ditt varumärke. Kunder som aldrig köpt av dig tidigare kan vara svåra att konvertera. Men genom att sälja på en etablerad marknadsplats kan kunderna känna sig mer trygga under köpprocessen.

Så här svarade företagarna i undersökningen

Överväger ni att sälja företagets produkter via externa digitala marknadsplatser, t ex Amazon, CDON, Alibaba eller Ebay?	Totalt
Nej	86 %
Ja	7 %
Gör det redan	4 %
Vet ej	3 %
Vet ej	4 %

Varför överväger ni att inte sälja företagets produkter via externa digitala marknadsplatser?	Totalt
Våra produkter passar inte där	66 %
Inget för B2B-företag	9 %
Skulle troligen inte påverka vår lönsamhet	6 %
Det är för komplicerat / saknar teknisk know-how	2 %
Konkurrensen är för hård	1 %
För dyrt	0 %
Annat	23 %
Vet inte	2 %

Om undersökningen

Undersökningen är genomförd av Novus under perioden 23 maj till 11 juni 2019. Totalt har 501 telefonintervjuer genomförts med vd:ar och marknads- och försäljningschefer som ansvarar för försäljning genom digitala kanaler. Endast företag med 10 eller fler anställda har ingått i undersökningen.

Vill du veta mer

Då är du välkommen att kontakta Magdalena Caesar, Affärsområdeschef betallösningar e-handel, Svea Ekonomi. Magdalena når du på telefon 08-470 35 88 eller via mejl magdalena.caesar@svea.com

Svea utvecklar Caliroots betallosningar

Avtalet är klart - Caliroots väljer Svea för att utveckla sina betallosningar både on- och offline.

Svea har ingått avtal med den globala återförsäljaren Caliroots som säljer sneakers och streetwear. Det nya samarbetet innebär att Svea ska hjälpa Caliroots att utveckla sina betallosningar både on- och offline.

Anledningen till att Caliroots nu väljer Svea är för att Svea erbjuder en ökad flexibilitet, vilket ger möjlighet att påverka hur betallosningarna utvecklas. Effekten blir en ökad kundnytta och högre konverteringsgrad.

– Superroligt att vi får jobba och växa tillsammans med Caliroots proffsiga gäng, säger Patric Elmesten, Senior Key Account Manager på Svea Ekonomi.

– Vi ser fram emot att få jobba med Svea och tillsammans testa och utveckla unika erbjudanden och nya funktioner. Det är en av huvudanledningarna till att vi valde Svea, att vi

kan arbeta nära varandra i utvecklingen och se till att kundnyttan alltid är i fokus, menar Caliroots vd och grundare Andreas Koschnike.

Sveas betallosning inkluderar alla tillgängliga betalsätt och har en marknadsledande konverteringsgrad. Svea har idag över 10 000 e-handelsföretag som kunder.

– Vi är glada och ödmjuka över att Caliroots ger oss förtroendet att hjälpa till med deras fortsatta tillväxt och entreprenörsresa, säger Sam Eid, Affärsområdeschef för e-handel inom Svea Ekonomi.



”Vi är glada och ödmjuka över att Caliroots ger oss förtroendet.”

Sam Eid

Vill du veta mer

Då är du välkommen att kontakta: Sam Eid, Affärsområdeschef för e-handel på Svea Ekonomi på sam.eid@svea.com eller 076 879 32 76. Andreas Koschnike, vd på Caliroots på andreas.koschnike@caliroots.com eller 070 886 06 35.



Kundnyttan i fokus när Caliroots väljer Svea.

Tillfällig minskning av konkurser i november

Färsk statistik från UC visar att konkurserna minskar med 10 procent i november månad jämfört med samma månad i fjol. De stora branscherna får ett uppsving under november månad, där konkurserna i bland annat detaljhandeln minskar med 38 procent.



Konkurserna i november minskar med 10 procent. Även flera av landets län visar en positiv utveckling för november månad.

– Hittills i år har antalet aktiebolag som har gått i konkurs varit på samma nivå som förra året. Under november månad har konkurserna minskat med 10 procent. Avmattningen i ekonomin kan öka konkurserna på sikt, även om det är flera faktorer som är avgörande för konkursnivåerna, säger Richard Damberg, ekonom på UC.

Fler konkurser att vänta i stora branscher

Hittills i år har konkurserna inom byggindustrin ökat med 4 procent och inom restaurang- och hotellbranschen med 2 procent. Hittills i år ökar kon-

kurserna i detaljhandeln med 9 procent, men i november månad minskar antalet konkurser inom segmentet med 38 procent. Dock tycks detta vara ett tillfälligt uppsving och optimismen blir kortvarig.

– Detaljhandelskonkurserna består i huvudsak av mindre verksamheter med få anställda. Den här månaden var de ovanligt få, vilket är glädjande för de lokala handlarna. Den ökade konsumtionen under Black Friday indikerar att folk faktiskt är beredda att lägga pengar på konsumtion, men den kommer långt ifrån alla handlare till gagn, avslutar Richard Damberg.

Ta del av all statistik och grafer på: www.uc.se/konkursstatistik/



”Avmattningen i ekonomin kan öka konkurserna på sikt”

Richard Damberg.

Kompetenserna svenska företag saknar

Sverige är ett framgångsrikt land inom företagande. För att lyckas som entreprenör är det viktigast att ha kompetens inom sin egen produkt eller tjänst, vilket företagarna har. Men för att ta verksamheten till nästa nivå krävs fler kompetenser än så, och här haltar det.

I samband med att vi lanserade vår nya digitala bank för företag bad vi Novus undersöka företagares utmaningar och åsikter. Undersökningen, som besvarats av 1 000 svenska företagare, visar att det finns utrymme för förbättring i deras verksamheter.

23 procent svarar att de skulle behöva mer kompetens inom marknadsföring för att kunna ta nästa steg. Därefter är det inom försäljning och

digitalisering som kunskapen behövs utvecklas. Det svarar 22 respektive 16 procent.

– Vår uppfattning stämmer här väl överens med företagarnas. För att lyckas som företagare är det självklart viktig att ha kunskap kring sin egen produkt. Men för att kunna sälja den och även växa som företag är det minst lika viktigt att ha kompetens inom marknadsföring och försäljning.

Svea har därför tagit fram automatiska och digitala tjänster som ger företagare mer tid att sälja sina tjänster istället för att lägga den på administration, säger Victor Ramström, vd Svea Bank.

Framgångsreceptet för företagare

Undersökningen visar också att de flesta vittnar om uthållighet och flexibilitet att kunna axla flera olika uppgifter är det som krävs för att lyckas, det svarar 53 respektive 52 procent. Nästan varannan företagare tycker att lyhördhet och social kompetens är viktiga karaktärsdrag. Att stå på sig är däremot inte lika betydelsefullt, 34 procent tycker att det är en prioriterad egenskap.



”Automatiska och digitala tjänster ger företagarna mer tid att sälja sina egna produkter.”

Victor Ramström

Så här svarade företagarna i undersökningen

Vilka är de främsta egenkaperna en företagare bör ha för att lyckas, enligt dig?	Totalt
Uthållig	53 %
Flexibel och kunna axla flera olika arbetsuppgifter	52 %
Lyhörd	48 %
Social kompetens	48 %
Kreativ	44 %
Ödmjuk	40 %
Att hålla fast vid sin vision	40 %
Stå på sig	34 %
Annat (frisvar)	20 %
Vet ej	1 %

Vad anser du är viktigast att ha kompetens inom som företagare?	Totalt
Sin egen produkt	39 %
Social kompetens	22 %
Försäljning	10 %
Ekonomi och administration	10 %
Lagar och regler	5 %
Marknadsföring	4 %
Annat (frisvar)	7 %
Vet ej	3 %

Vad skulle ditt företag behöva mer kompetens inom för att ta verksamheten till nästa nivå	Totalt
Marknadsföring	23 %
Försäljning	22 %
Digitalisering	16 %
Produktutveckling	13 %
Ekonomi	8 %
E-handel	7 %
HR	6 %
Juridik	6 %
Logistik	5 %
Annat (frisvar)	12 %
Inget	18 %
Vet ej	5 %

Om undersökningen

Undersökningen är genomförd av Novus. Totalt har 1 000 telefonintervjuer genomförts bland ägare och vd:ar på företag med 0–49 anställda och med en omsättning på minst 500 000 kronor. Undersökningen genomfördes 15 april till 23 april.

Topplista - här är kompetenserna som saknas i svenska företag

- 1 Marknadsföring 23 %
- 2 Försäljning 22 %
- 3 Digitalisering 16 %
- 4 Produktutveckling 13 %
- 5 Ekonomi 8 %

Vill du veta mer

Då är du välkommen att kontakta Victor Ramström, vd Svea Bank på telefon +46 76 677 64 39 eller mejl victor.ramstrom@sveabank.com

Företagarna kan sina produkter men saknar andra kompetenser.



Vinnarna korade i Young E-business of the Year 2019

"Med en idé med stor potential som dessutom bidrar till en mer hållbar framtid vinner, i hård konkurrens, Neptun UF Bromma Young E-business of the Year 2019".



Stort grattis till gänget i Neptun UF, riktigt bra jobbat!

Deras idé går ut på att erbjuda marknadens första tvättmedel utvunnet från kastanjer. Tvättmedlet är 100 procent naturligt och lika skonsamt för vår miljö som för huden och kläderna. Och nu vinner de alltså 10 000 kronor för att kunna ta sin idé ett steg till.

Killarna bakom Neptun UF Bromma är; William Linné, Fredrik Degen, Leo Righetti och Axel McCarthy.

Tävlingen

För att uppmuntra till ungt entreprenörskap och väcka intresse för e-handel instiftade vi för tre år sedan

det årliga priset "Young E-business of the Year". Där får ungdomar mellan 15 och 25 år möjlighet att testa sitt entreprenörskap och presentera sina e-handelsidéer för chansen att vinna ett stipendium.

Årets upplaga lockade till sig rekordmånga ungdomar med smarta och nytänkande idéer kring e-handel. Vassast var alltså Neptun UF.

– Det är fantastiskt roligt att se detta engagemang från ungdomar. Vi vill tacka alla som deltagit i tävlingen med sina smarta och innovativa idéer. Tävlingen fortsätter att växa i både kvantitet och kvalitet. Sverige går en

ljus framtid till mötes med så många unga entreprenörer i landet.

Neptun UF var i hård konkurrens med flertalet duktiga unga entreprenörer men vann då de hade en idé med stor potential som dessutom bidrar till en mer hållbar framtid. Just hållbarhet var en återkommande trend bland årets bidrag, säger Magdalena Caesar, Affärsområdeschef betallösningar för e-handel på Svea Ekonomi.

Övriga finalister

Men Neptun UF var alltså inte ensam om att lämna in bra och genomtänkta bidrag. De var i hård konkurrens med övriga finalister, här är de:



WearYOURself UF, Malmö

Tävlingsdeltagare:
Sissela Morin och
Magda Sjölin.

WearYOURself tillverkar handgjorda håraccessoarer av återvunnet material. Syftet med projektet är att lyfta människors intresse för miljövänligt mode och på så sätt minska vårt ekologiska fotavtryck.



Waste Innovation UF, Örebro

Tävlingsdeltagare:
Jacob Rundgren och
Johan Bülow.

Waste Innovation vill vara en samlings- och marknadsplats för företag som vill göra vår framtid mer hållbar genom att sälja produkter som kan ersätta engångsartiklar i plast och papper.



Sundsvallsreflexen UF, Sundsvall

Tävlingsdeltagare:
Tova Johansson,
Moa Lindborg,
Ismet Altuntas och
Emilia Sulaiman.

Sundsvallsreflexen har tagit fram en tygpåse med reflextryck. En modernt utvecklad tygpåse med en snygg design föreställande Sundsvalls småorter i reflextryck. Med lokal produktion och design vill man få fler Sundsvallsbor att använda reflex.



Culinova UF från Bromma

Tävlingsdeltagare:
Axel Salomonson,
Moa Hammarström,
Elsa Larsson och
Erik Särilvik.

Culinova UF erbjuder en egenutvecklad lösning för ett hållbarare kök. Produkten heter Ett-Två-Trä och är ett komplett paket som innehåller allt du behöver för att ge din träsärbräda nytt liv i tre enkla steg. Lösningen är anpassad för e-handel då paketet ej överstiger Postnords mått- och viktgränser vilket gör att det kan levereras direkt i brevlådan.

Vill du veta mer?

Vill du veta mer om Young E-business of the Year eller hur vi på Svea arbetar för att stötta e-handlare är du välkommen att kontakta Magdalena Caesar, Affärsområdeschef betallösningar e-handel på Svea Ekonomi.
Magdalena når du på telefon 08-470 35 88 eller via mejl magdalena.caesar@svea.com

Fyll på med kunskap

Välkommen till våra kurser och seminarier där du kan fylla på med kunskap, bli inspirerad och knyta värdefulla kontakter.

Anmäl dig på
svea.com/utbildning
eller ring
08-735 90 00

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

Otterhällegatan 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

