

Pressemeddelelse
Januar 2018

Nordiske forbrugere og virksomheder sammenligner priser på livet løs

Mere end hver anden virksomhed i Norden opfordrer kunder til at sammenligne priser og lave grundig research, inden de køber produkter. Dermed adskiller de nordiske lande sig fra resten af Europa. Også nordiske forbrugere er førende, når det kommer til at sammenligne priser på nettet. Det viser ny rapport, som Goldsmiths University har foretaget for Adobe.

De senere år har den ene prissammenligningsside efter den anden set dagens lys. Det har gjort det nemmere for forbrugere at sammenligne priser, så de er sikre på at få det bedste tilbud med hjem – og forbrugerne benytter sig i stor stil af muligheden. Det er nogle af resultaterne fra en undersøgelse foretaget af Goldsmith University på vegne af Adobe.

Goldsmith har undersøgt forbrugere og marketingschefer fra fem europæiske regioner med henblik på at blive klogere på virksomheders og forbrugeres forhold til at sammenligne priser. Undersøgelsen viser, at de nordiske virksomheder i langt højere grad end i resten af Europa opfordrer deres kunder til at sammenligne priser. 55 procent af de adpurgte marketingschefer i Norden svarer, at de opfordrer kunder til at lave research og bruge prissammenligningssider. Dette er blot tilfældet for i gennemsnit 39 procent, hvis man ser på samlet på de europæiske regioner.

Nordisk direktør for Adobe Experience Cloud, Franck Attia, peger på, at de nordiske virksomheder er dybt bevidste om at tilbyde god og transparent kundeservice:

”De nordiske virksomheder ved, at den moderne forbruger stiller høje krav til gennemsigtighed – særligt når det handler om priser og tilbud. Marketingschefer i Norden er desuden opmærksomme på at forbedre oplevelsen for kunderne igennem hele købsrejsen for at styrke kundeloyaliteten. Ved at opfordre kunderne til at sammenligne priser, viser virksomhederne, at kunderne kan stole på dem, og at de er velkomne til at se deres tilbud efter i sømmene. Det skaber tryghed,” siger Franck Attia.

Nordiske forbrugere er europamestre i prissammenligning

De nordiske forbrugere tager da også førertrøjen i Europa, når man spørger dem til, hvorvidt de laver research, inden de bruger penge i butikker eller på nettet. Mere end seks ud af ti forbrugere (63 pct.) i de nordiske lande tilkendegiver, at de altid sammenligner priser og laver research inden et køb. Prissammenligning er mere udbredt i Norden end i de andre regioner. I Tyskland er det for eksempel kun lidt over halvdelen af forbrugerne, 54 pct., der sammenligner priser.

”Det er kendt, at befolkningerne i de nordiske lande har et stærkt digitalt mindset og et stort teknologi-kendskab. Det betyder, at de er hurtige til at adoptere nye digitale muligheder som for eksempel online prissammenligningssider. Kundernes grundige research stiller dog krav til virksomhederne om et have særligt fokus på personaliserede og relevante kunderejser,” siger Franck Attia.

[Læs hele rapporten her](#)

Om rapporten

Undersøgelsen bygger på flere surveys af forbrugere på tværs af fem europæiske regioner (1.000 respondenter pr. region) samt dybdegående surveys med 130 marketing-professionelle i organisationer med over 3.000 ansatte og udviklingen af en chatbot for at teste hypoteser om nye teknologier.

For yderligere information:

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com

Holm Kommunikation, seniorkonsulent Christian Top Marchant, tlf. 29 43 12 38, e-mail: ctm@holm.dk

Om Adobe

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg www.adobe.com