

Ny rapport om e-handel:

Digitale mellemænd trumfer brand-hjemmesider

Virksomheders hjemmesider er den mest populære kanal, når forbrugere laver research inden et køb. Men når forbrugerne rent faktisk skal indtaste kreditkortoplysninger og bestille varen, så sker det via online markedspladser, der udbyder produkter fra mange forskellige virksomheder. Det viser en ny undersøgelse foretaget for Adobe Experience Manager.

Vigtigheden af at tilbyde godt indhold på flere kanaler bliver slået fast med syvtommersøm i en ny rapport fra Adobe, der undersøger forbrugernes valg af kanal til henholdsvis research, køb og generel interaktion med virksomheder.

Knap halvdelen (48 pct.) af de amerikanske forbrugere peger på virksomheders hjemmesider, når de skal vælge, hvilke kanaler de foretrækker at benytte til at lave research på et produkt inden køb. Forbrugerne er dog også stadig glade for at se produkterne i de fysiske butikker. Således svarer 40 pct., at de går i butikker i researchfasen. 38 pct. peger på input fra venner og familie som en vigtig faktor ved research af produkter. De mindst brugte kanaler til research af produkter er virksomheders online chatbots og digitale skærme i butikker.

Forbrugerne har taget online markedspladser til sig

Når forbrugerne vil købe et produkt, gør de det oftest gennem online markedspladser som fx Amazon, der samler produkter fra en bred palette af virksomheder. Seks ud af ti forbrugere (59 pct.) svarer, at de ofte køber gennem online markedspladser, mens 49 pct. også tit køber i de fysiske butikker. Virksomheders hjemmesider er kun den tredje mest benyttede kanal. 36 pct. angiver, at de ofte bruger virksomheders hjemmesider til køb.

Vi brokker os direkte til virksomheden

Virksomheders hjemmesider er dog en populær kanal, hvis forbrugerne efter købet skal i dialog med virksomheden, der står bag produktet. 51 pct. af forbrugerne går gennem hjemmesiden, hvis de fx skal klage over et produkt, mens 23 pct. henvender sig i butikken. En femtedel svarer, at de også går i dialog med virksomhederne på de sociale medier.

”Undersøgelsen viser klart, hvor vigtigt det er, at virksomheder tilpasser deres indhold til forbrugernes præferencer – på tværs af alle kanaler. På hjemmesider skal forbrugerne hurtigt kunne finde al den information om produktet, de har behov for, og hjemmesiden skal også klart markere, hvordan forbrugerne kan komme i dialog med virksomheden. Samtidig skal virksomheder, hvis produkter også forhandles på online markedspladser, sikre sig, at produkterne præsenteres på samme måde visuelt, uanset hvor forbrugeren møder dem,” siger Imran Afzal, Nordisk Marketingchef for Adobe Experience Manager.

Ny teknologi gør det lettere at levere personligt indhold

Adobe Experience Manager lancerer i februar 2018 ny teknologi - drevet af Adobe Sensei - som gør det muligt for virksomheder og marketingsafdelinger at levere personligt indhold til kunderne – uanset hvilken enhed de tilgår indholdet fra.

- **Skræddersyede billeder til forskellige enheder:** Den intelligente teknologi Dynamic Media gør det muligt for brugere at overlade håndteringen af filer til Adobe Sensei. Smart Imaging og Smart Crop analyserer automatisk filerne og minimerer filstørrelsen med op til 70 pct. - uden at kvaliteten eller det visuelle udtryk går tabt.
- **Automatisk tilpasning af indhold:** Samspillet mellem Adobe Experience Manager og Adobe Target gør det muligt for brugerne at få tilpasset indholdet til den rette kontekst, hvad end der er tale om et nyhedsbrev eller Facebook-opslag. Derudover gør Adobe Sensei det muligt at gøre et låst format, som eksempelvis en PDF, til en mobil-venlig oplevelse.
- **Personligt indhold på intelligent vis:** Med Adobe Experience Manager kan websites opbygges intelligent og automatisk generere det mest effektive layout i forhold til, hvem modtagerne er. Det kan fx være en



hotelkæde, der vil skabe brugervenlige oplevelser til alle lige fra teenageren med et smartwatch til pensionisten på en stationær computer.

Andre nyheder fra Adobe Experience Manager

- **Indbygget adgang til Adobe Creative Cloud:** Adobe Sensei reducerer tidsspild ved at arbejde i flere programmer og cloud-systemer på én gang. Det bliver muligt at arbejde i flere af Adobes produkter på samme tid via et indbygget app-panel.
- **3D-content fra Creative Cloud:** Adobe integrerer Adobe Experience Manager med Dimension CC, og gør det nemt og håndgribeligt for virksomheder at bygge, tegne og anvende 3D-indhold i deres markedsføring.
- **Intelligent hjælpegrafiker:** 'Smart Tags'-teknologien hjælper med det daglige arbejde. Via datalæring foreslår og tilbyder den skræddersyede grafiske elementer. Jo mere man bruger den, desto bedre lærer den ens virksomhed at kende.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er foretaget blandt 1.011 amerikanske forbrugere over 18 år.
Data er indsamlet i december 2017.

For yderligere information

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com
Holm Kommunikation, konsulent Lotte Sievers, tlf. 23 63 29 28, e-mail: ls@holm.dk

Om Adobe

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