



Pressmeddelande
30 januari 2018

Nordbor bäst i Europa på att jämföra priser på nätet

Närmare två av tre nordbor jämför priser på nätet innan man köper en produkt. Det är betydligt fler än i övriga Europa, visar en ny rapport från Goldsmith University som gjorts på uppdrag av Adobe. Rapporten visar också att nordiska företag är bättre på att uppmuntra kunderna att jämföra priser och göra grundlig research innan de köper en produkt.

I dag finns det en uppsjö av nättjänster som har gjort det enklare för konsumenter att jämföra priser på produkter. För att ta reda på vilken relation konsumenter och företag har till prisjämförelsesajter har Goldsmith University, på uppdrag av Adobe, låtit göra en undersökning bland konsumenter och marknadschefer i fem europeiska regioner.

Goldsmiths rapport visar bland annat att nordiska företag uppmuntrar sina kunder att jämföra priser i mycket större utsträckning än företag från övriga delar av Europa. Cirka 55 procent av marknadscheferna i Norden svarar att de uppmuntrar kunderna att göra en grundlig research och att använda prisjämförelsesajter. Genomsnittet i Europa som helhet ligger på 39 procent.

– De nordiska företagen vet att dagens kunder ställer höga krav på öppenhet – i synnerhet när det handlar om priser och erbjudanden. Nordiska marknadschefer är också måna om att förbättra kundupplevelsen under hela köpprocessen, i syfte att stärka kundlojaliteten. Genom att uppmuntra kunderna att jämföra priser visar företagen att de är att lita på och att kunderna är välkomna att syna deras erbjudanden i sömmarna. Det skapar trygghet, säger Franck Attia, chef för Adobe Experience Cloud i Norden.

Nordbor är Europamästare i prisjämförelser

De nordiska konsumenterna ligger också i framkant när det kommer till att jämföra priser på nätet. Närmare två av tre konsumenter (63%) i Norden uppger att de alltid gör research och jämför priser inför ett köp. Det är betydligt mer än i exempelvis Tyskland där cirka 54 procent uppger att de jämför priser på nätet.

– Det är allmänt känt att folk i de nordiska länderna har ett digitalt tankesätt och ett stort teknikintresse. Det innebär att de är snabba på att anamma nya digitala möjligheter som exempelvis prisjämförelsesajter. Att kunderna gör en så grundlig research ställer krav på företagen att ha ett särskilt fokus på en personlig och relevant kundresa, säger Franck Attia.

[Läs hela rapporten här.](#)

Om rapporten

Undersökningen baseras på flera enkäter med konsumenter i fem europeiska regioner (1 000 respondenter per region) samt djupintervjuer med 130 marknadsförare från företag med över 3 000 anställda.

För ytterligare information, vänligen kontakta

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, jschyum@adobe.com
Daniel Nord, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 584 371, adobe@spotlightpr.se

Om Adobe

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. För mer information besök www.adobe.com

Formaterat: Mönster: Inget