



VI ANBEFALER



12

**Kate Pennerup Thomsen**

Seniorkonsulent ved IBIZ-Center

FOTO: PRIVAT

”Gør brug af analyser for at holde sig orienteret om, hvordan e-handels markedet bevæger sig.“



LÆS MERE PÅ

[www.fremtidensokonomi.dk](http://www.fremtidensokonomi.dk)

# MEDIA PLANET

Vi skaber succes for vores læsere!

FREMTIDENS BETALINGER,  
MARTS 2014

**Direktør:** Max Fjellström

**Grafisk Redaktør:** Vratislav Pecka

**Forretningsudvikler:** Tobias Kondrup

**Projektleder:** Jacob Mindak

**Telefon:** 0045 69 91 18 27

**E-mail:** [jacob.mindak@mediaplanet.com](mailto:jacob.mindak@mediaplanet.com)

**Journalister:** Jens Kisker, Hans Henrik Rasmussen

**Distribueret med:** Jyllands-Posten, marts 2014

**Tryk:** OTM Avistryk

**Mediaplanet kontakt information:**

**Telefon:** 69 91 18 20

**E-mail:** [info.dk@mediaplanet.com](mailto:info.dk@mediaplanet.com)

**Web:** [www.mediaplanet.com](http://www.mediaplanet.com)



Mediaplanet arbejder for at skabe nye kunder til vores annoncører ved at tilbyde vores læsere et redaktionelt indhold af høj kvalitet, der motiverer dem til at handle.

**Kate Pennerup Thomsen**

Seniorkonsulent ved IBIZ-Center

FOTO: PRIVAT

## 'Digitaliser så meget som muligt'

**Kate Pennerup Thomsen er seniorkonsulent ved IBIZ-Center, og hun har en række gode råd til virksomheder, der står foran at skulle implementere en e-handelsløsning.**

"For at få succes med e-handel kræver det, at man har digitaliseret alle sine processer, helt ud til kunden og tilbage igen inklusive alt fra elektroniske kvitteringer til fakturering," siger Kate Pennerup Thomsen der er seniorkonsulent ved Innovationscenter for eBusiness (IBIZ-Center). "For så er det meget lettere for virksomheden at optimere sine processer og måle på, hvad der fx gør, at en kunde falder fra eller slår til."

Kate Pennerup Thomsen understreger, at det ikke gør løsningen dyrere, men tværtimod både vil spare en for meget besvær og for større omkostninger på den lange bane.

### **Dankort eller mobilbetaling**

Hvis fx betalingsformen ikke passer til kunden, kan det således være en væsentlig hindring for at vedkommende gennemfører købet, forklarer hun.

"Hvis en virksomhed sælger meget til ældre, er det måske ikke mobilen, der er det bedste betalingsmiddel, så er det snarere dankortet i traditionel forstand. Men hvis man omvendt har mange kunder, som bruger mobile medier, når de e-handler, skal man også give dem mulighed for at betale uden at skulle ind og finde dankortet frem. Når betalingen kun er et klik væk, er sandsynligheden for at de køber større. Man skal altid sørge for at bevare et godt og sammenhængende flow i købsoplevelsen."

Endelig anbefaler Kate Pennerup Thomsen, at virksomheder gør brug af analyser for at holde sig orienteret om, hvordan e-handels markedet bevæger sig og således agere efter kundernes ændrede adfærd. Fx er e-handelsanalysen fra FDIH tilgængelig i en gratis version på nettet.

**HANS HENRIK RASMUSSEN**

red@mediaplanet.com