

EN HANDBOK FÖR DIG SOM ÄR BESLUTSFATTARE



B2B

BOKEN

7 STEG TILL

digital

DOMINANS

LINDA U JOHANSSON & NIKLAS HELGESSON

ISBN 978-91-988719-5-1

© 2024 Linda U Johansson och Niklas Helgesson

www.b2bboken.se

Förlag: Swedish Metaverse Center
contact@swedishmetaversecenter.com

Redaktör: Josefine Tomio Gren, Textografiska AB
Sättning och formgivning: Textografiska AB, Mario Tomio Gren
Tryckning och bindning: ScandBook AB, Falun, Sverige 2024
Första upplagan.

Denna bok är skyddad av svenska och internationella copyrightlagar. Inga delar av denna bok får kopieras eller på något sätt reproduceras, lagras eller sändas i någon form (elektroniskt, mekaniskt, som kopierad, inspelad eller liknande) utan skriftligt godkännande från förlaget eller författarna. Undantaget är användandet av korta utdrag för recensioner. Förlaget eller författarna ansvarar ej juridiskt för användandet av informationen i denna bok.

B2B-BOKEN

7 STEG TILL DIGITAL DOMINANS

LINDA U JOHANSSON & NIKLAS HELGESSON

SWEDISH METAVERSE CENTER

Hej!

Vi är så glada att just du vill läsa denna bok.

Vi har nu skrivit den bok vi själva alltid önskat, en bok som destillerar essensen av B2B-digitaliseringen på ett lättfattligt och underhållande sätt. Vi som författar denna bok har båda arbetat med digitalisering i över tjugo år och vi har mycket som vi vill lära dig. Genom att kombinera våra erfarenheter, de tuffa lärdomarna vi fått under årens lopp, med de vanligaste frågorna från våra kunder i B2B-projekt, hoppas vi ge dig en unik insikt i den digitala B2B-världen.

Vad kan du förvänta dig av denna bok? Detta är din färdplan genom det nya digitala B2B-landskapet. Vi utforskar de senaste trenderna, delar med oss av de smartaste strategierna och ger dig praktiska tips som du kan använda direkt. Tänk på den här boken som din checklista för att navigera i framtiden – en resurs som håller dig steget före och hjälper ditt företag att anpassa sig till det som komma skall.

Vem har vi skrivit den här boken för? Inte bara för de inbitna veteranerna som redan känner till allt som finns att veta om B2B-marknaden och inte heller enbart för de tekniska genierna. Nej, den här boken är för dig. Oavsett om du är ny i B2B-världen, en etablerad professionell som känner att marken börjar skaka under fötterna, eller en företagsledare på jakt efter nya strategier för att förnya ditt företag. Om du är nyfiken på de senaste inom B2B-marknadsföring och försäljning och redo att ta dig an framtiden, då är den här boken skriven med just dig i åtanke.

Vi bryter ner det komplexa till något enkelt och lättförståeligt. Vi utforskar hur teknik kan förenkla våra arbetssätt samtidigt som vi behåller den mänskliga kontakten i våra affärsrelationer. Vårt mål är att ge dig verktygen och kunskapen du behöver för att inte bara hänga med i utvecklingen, utan att ligga ett steg före.

Så, oavsett var du befinner dig i din B2B-resa, välkommen.

Det är dags att förbereda dig för framtiden av B2B-handel. Vi ser fram emot att ta dig genom en resa av upptäckt, innovation och digital dominans. Välkommen ombord på denna spännande resa, skräddarsydd just för dig.

Varmt välkommen

Linda & Niklas

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Kapitel 1

INLEDNING	11
VAD KRÄVS FÖR ATT SÄTTA UPP EN DIGITAL HANDEL I ERT BOLAG?	18
VAD ÄR DET VIKTIGASTE I BOKEN FÖR DIG SOM BESLUTSFATTARE?	21

Kapitel 2

GLÖM ALLT DU TROR DU VET OM DIGITAL B2B	23
GLÖM VAD DU TIDIGARE VISSTE!	31
KUNDUPPLEVELSE ÄR DET NYA GULDET!	36
SUMMERING	38

Kapitel 3

VAD ÄR DIGITAL B2B?	41
VAD ÄR DÅ DIGITAL B2B?	42
SÅ HÄR RESONERAR VI	44
KONSUMENTHANDEL B2C	46
ENKEL B2B	47
KOMPLEX B2B	53
HYPERKOMPLEX B2B (ENTERPRISE)	57
DE TRE INGREDIENSERNA	64
SUMMERING	68

Kapitel 4

STEG 1 - BESTÄM VEM SOM BESTÄMMER 71

HUR MOGNA ÄR NI? 74

VEM BESTÄMMER? 79

VILKA ROLLER BEHÖVER MAN HA? 81

VÅR REKOMMENDATION FÖR EN ENKEL, EN KOMPLEX
OCH EN HYPERKOMPLEX ORGANISATION 86

SUMMERING 92

Kapitel 5

STEG 2 - SE TILL ATT NI LÖSER ETT PROBLEM 95

KOM ÖVERENS INOM FÖRETAGET! 96

TÄNK UTANFÖR BOXEN! 99

VAD ÄR DÅ EN BRA DIGITAL UPPLEVELSE? 101

VEM SKA DU SKAPA VÄRDE ÅT? 103

HUR SKAPAR MAN DÅ VÄRDE FÖR SIN KUND? 104

KÄRNPRODUKT/TJÄNST, FAKTISKT PRODUKT OCH
DEN UTÖKADE PRODUKTEN 105

FYRA EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN PÅ
DIGITAL AFFÄRSUTVECKLING MED UTÖKADE PRODUKTER 107

MARKNADSPLATSER LÖSER KUNDENS PROBLEM 113

SUMMERING 126

Kapitel 6

STEG 3 - KÄNN DIN KUND	129
KUNDROLLER	138
SKAPA PRAKTISKA PERSONA-BILDER	150
PERSONA 1 (P1)	152
PERSONA 2 (P2)	156
PERSONA 3 (P3)	158
HUR ANVÄNDER VI PERSONAS?	160
SUMMERING	162

Kapitel 7

STEG 4 - HA KOLL PÅ TEJNIKEN	165
DET STÖRSTA MISSTAGET DU KAN GÖRA!	166
ALL DIGITALISERING HANDLAR OM TEJNIK	167
DET FINNS INGEN DÅLIG TEJNIK	169
DET FINNS INGEN EXTRA BILLIG TEJNIK	175
BYGGA ELLER KÖPA?	180
FRONTEND VS BACKEND	195
HEADLESS VS HEADFUL	199
SUMMERING	210

Kapitel 8

STEG 5 - STÄLL KRAV	213
SÅ HÄR UNDVIKER DU DE VANLIGASTE FELEN	215
VAD ÄR KRAVSTÄLLNING?	219
VARFÖR SKA MAN GÖRA EN KRAVSTÄLLNING?	225
METODER FÖR KRAVSTÄLLNING	229
ANDRA SAKER ATT TÄNKA PÅ	232
SUMMERING	238

Kapitel 9

STEG 6 - SKAPA KUNDUPPLEVELSE	241
AIDA(S)-MODELLEN	244
HYBRIDFÖRSÄLJNING	248
VIKTIGT MED DEN PERSONLIGA KONTAKTEN	253
LÅT OSS PRATA OM DET DIGITALA INNEHÅLLET	260
TYPEN AV INNEHÅLL	268
VARFÖR ÄR CTA DET VIKTIGASTE I ER E-HANDEL?	270
SUMMERING	274

Kapitel 10

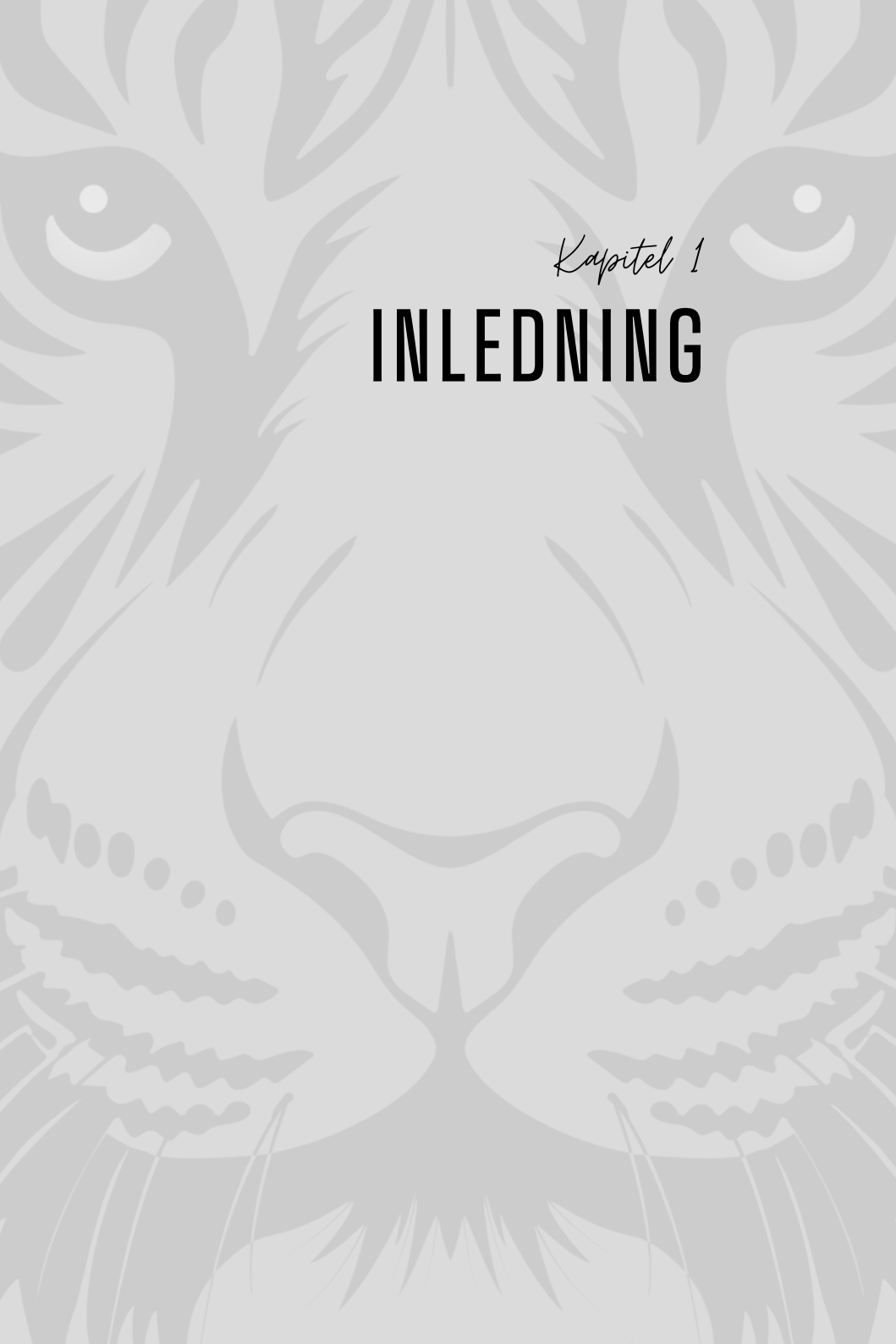
STEG 7 - GÖR KUNDEN NÖJD	277
PERSONLIG ANPASSNING FÖR ATT BYGGA STARKA RELATIONER	280
HUR MÄTER DU?	290
SUMMERING	296

Kapitel 11

B2B I FRAMTIDEN	299
AI OCH E-HANDEL	303
IMMERSIVE COMMERCE	304
SMIDIG ANVÄNDARUPPLEVELSE MED AI	310
IMMERSIVE COMMERCE FÖR B2B - VAD KAN DU FÖRVÄNTA DIG?	315
SJU STEG FÖR ATT SKAPA EN PLATTFORM FÖR IMMERSIVE COMMERCE	318
SUMMERING	330

Kapitel 12

SUMMERING OCH DITT NÄSTA STEG	333
DE VIKTIGASTE FRÅGORNA - Q&A	338
ETT SISTA RÅD?	341
 ORDLISTA	 342
OM FÖRFATTARNA	351



Kapitel 1

INLEDNING

Håller du i dig? B2B förändras i en aldrig tidigare skådad hastighet. De förändringar vi bevittnat de senaste åren är bara uppvärmningen inför det som komma skall. De närmaste tre åren kommer omforma landskapet av B2B-marknadsföring och försäljning på sätt vi knappt kan föreställa oss. Hur kan det komma sig?

Det beror på snabb teknikutveckling och förändrade kundvanor. De nya trenderna inom B2B-försäljning handlar om att vara mer digital och kopplad till varandra. Företag använder sig av nya försäljningstekniker som fokuserar på att använda data för att skapa möjligheter. För att vara konkurrenskraftig måste du som arbetar med B2B förstå och acceptera dessa förändringar. Just nu står tekniken i centrum – från AI som banar väg för smartare beslutsfattande till självlärande system som gör gissningsleken till historia. Men vet du vad? Det handlar inte bara om maskiner och program. Det handlar om oss, människorna bakom alltihop. I slutändan är det de äkta samtalen, de riktiga relationerna och det personliga anslaget som formar framgångsrika affärer.

B2B-företag står inför en rejäl omställning. Tiden då allt rullade på som vanligt är förbi. Världen har förändrats och med den har kundernas förväntningar skiftat. Nu tar en ny generation plats i beslutande roller, de så kallade Millennials (födda någonstans mellan 1981 och 1995) och vi ser hur spelreglerna förändras.

De här unga ledarna vill inte ha traditionella säljsamtal. I stället föredrar de att göra sina inköp själva, smidigt och direkt via digitala plattformar. Så vad innebär denna förändring för dagens företag?

Ja, B2B e-handel har blivit en snabbväxande global marknad, med en värdering på nästan arton biljoner dollar. Företagsköpare efterfrågar alltmer bekvämligheten med att köpa online, vilket skapar en perfekt möjlighet för grossister och företag som säljer direkt till konsumenter (DTC) att expandera sin digitala närvaro.

Gartner förutspår faktiskt att hela åttio procent av försäljningsinteraktionerna mellan leverantörer och köpare kommer att ske i digitala kanaler redan år 2025, vilket är en häpnadsväckande siffra. Jämför detta med de tidiga dagarna av coronapandemin då uppskattningsvis sextio procent av B2B-företagen antingen saknade eller hade begränsade e-handelsmöjligheter.

Men även om många företag har digitaliserat i hög takt för att möta kundernas förväntningar är det fortfarande en stor utmaning att uppfylla dem på riktigt. Det är som om det finns en glipa mellan vad kunderna vill ha och vad företagen kan leverera. Faktorer som en tuff ekonomi och begränsade teknikbudgetar har gjort det svårt för många företag att riktigt ta till sig den digitala mognaden. Så även om allt ser spännande

ut i framtiden, finns det fortfarande mycket jobb att göra för att kunna erbjuda kunderna de mest grundläggande saker som att hitta rätt produkt på nätet eller möjliggöra enkel lagerinformation.

År 2023 sammanföll två viktiga marknadskrafter: För det första, en otrolig tillväxt inom digital B2B-handel och för det andra, en markant ökning av kraven från B2B-köpare, som överstiger de nuvarande digitala förmågorna hos de flesta organisationer. AI är en tredje detalj som vi kan slänga i mixen för att komplicera det ytterligare.

I och med detta har vi på senare tid sett betydande framsteg inom B2B-digitaliseringen, med en ökning av hybrid- och omnichannel-försäljning samt utvecklingen av direktförsäljningsmodeller. Många företag har förbättrat sina digitala kanaler, som avancerad sökfunktionalitet, datahantering och användarupplevelse, vilket har gett dem en fördel gentemot sina konkurrenter. Trots den positiva utvecklingen i B2B-handeln brottas fortfarande tillverkare, grossister och distributörer med olika hinder. Begränsningar gällande teknik, budget men även kompetens skapar hinder för tillväxten. Inköpsbeslut är ofta komplexa och involverar flera nivåer och tillgänglig data är ibland svår att sammanställa på ett effektivt sätt.

Med andra ord: löftet om en komplett digital upplevelse som möter B2B-köparens förväntningar är inte en verklighet för de flesta företag ännu.

Vi som skriver den här boken, Niklas och Linda, har båda jobbat över tjugo år med e-handel i både stora internationella bolag och lite mer lokala. Vi har sett branschen utvecklas och förstår nu tydligt att vi behöver förändra våra tankar kring digitaliseringen till något större. Vi jobbar varje dag med B2B-kunder som vill starta en digital handel och vi blir alltid förvånade hur de resonerar inledningsvis. En sak behöver du nämligen förstå; **B2B-DIGITALISERING HANDLAR INTE OM E-HANDEL!**

Företag behöver betrakta digital transformation som **en resa utan slutdatum** och på riktigt lära känna sina kunder för att skapa en kundcentrerad verksamhet. Att fokusera på kundcentrering kan verka självklart för ledare inom konsumentinriktade företag, men det är ännu inte spritt inom B2B-sektorn. Detta beror på att en betydande del av tillverkare, grossister och distributörer fortfarande saknar en tydlig digital strategi som kan möta behoven hos deras köpare. Lyckligtvis börjar detta att förändras, eftersom företag inser att ett kundorienterat tillvägagångssätt är avgörande för framgång.

Försök minnas ditt senaste onlineköp. Det kanske var en present till en vän du bryr dig om eller något du själv önskat dig länge? Eller så var det bara något så vardagligt som att du beställde matvaror för hemleverans? Oavsett vilket, så handlar du, som de flesta andra konsumenter, ganska ofta på nätet.

Var du nöjd med ditt köp? Eller var du missnöjd? Oavsett så är vår erfarenhet från över tjugo års arbete med digitalisering och e-handel – att det inte längre handlar om teknik.

För oavsett vilken plattform eller teknik e-handelsföretaget använder sig av, så är det andra saker som spelar mycket större roll i digitaliseringen och det är det här som vi vill sätta fingret på i denna bok.

Tekniken ja, den finns ju överallt. Det kan tyckas motsägelsefullt att säga att den inte spelar roll, men vi återkommer till detta. Boken är skriven utan att gå in för mycket på teknik och vi kommer verkligen inte ge dig en färdig arkitektur att följa. Däremot kommer vi att visa hur du kan skapa ett otroligt kundvärde och genom detta driva din försäljning och öka eller behålla din marknadsposition.

När vi diskuterar digitalisering och teknikval är det viktigt för oss att erkänna att det inte finns någon universell lösning som passar alla situationer. Valet av teknik eller plattform bör inte

styras av våra personliga preferenser eller avdelningsspecifika intressen. Vad som verkligen räknas är hur väl våra val tjänar hela organisationen och dess kunder. Det är avgörande att komma ihåg att våra kunder inte bryr sig om vilken teknik, plattform eller konsultbyrå vi använder; de är endast intresserade av det värde som skapas genom kombinationen av teknik, processer och personal.

För oss är tekniken ofta det minst viktiga elementet jämfört med processer och personal. Att investera i teknik är relativt enkelt och kostnadseffektivt, förutsatt att den används på rätt sätt. Vår utmaning ligger i att se till att tekniken inte bara stödjer utan faktiskt förbättrar våra befintliga processer. Det handlar inte om att digitalisera manuella processer rakt av, utan om att använda teknik för att skapa smartare och mer effektiva arbetsflöden.

Den största utmaningen i vår digitalisering är utan tvekan personalen. Det krävs att våra medarbetare från hela organisationen anpassar sig till nya arbetssätt, samtidigt som de måste uppfylla sina individuella prestandamål. Digitalisering kräver ett nytt mindset och kan vara en omvälvande process för hela företaget. För att lyckas med detta krävs det ofta att vi utbildar och omskolar vår befintliga personal, eller rekryterar nya medarbetare för att fylla de roller som digitaliseringen skapar.

VAD KRÄVS FÖR ATT SÄTTA UPP EN DIGITAL HANDEL I ERT BOLAG?

Vi vill vi hjälpa dig. Vi kommer inte ge dig företagsnamn på teknikplattformar vi tycker är bra, i stället kommer vi ge dig underlag för att själv ta fram en riktigt bra specifikation och krav på vad du behöver. Vi kommer ge dig kunskap om hur du ska sätta upp din organisation och hur du ska lära känna din kund, på riktigt.

**VI KOMMER TA DIG IGENOM
7 OLIKA STEG
STEG SOM KOMMER GÖRA ATT DU KOMMER
DOMINERA DIGITALT!**

STEG 1 - BESTÄM VEM SOM BESTÄMMER

Innan du kan sälja till B2B-kunder behöver du förbereda din organisation genom att sätta upp en bra struktur och skapa en säljprocess som fungerar för alla. Förändring börjar alltid inifrån och från toppen och nedåt. Vem har egentligen ansvar när försäljningskanalerna blir fler? Det handlar också om att utbilda och motivera din organisation för att säkerställa en effektiv förändring.

STEG 2 - SE TILL ATT NI LÖSER ETT PROBLEM

Fokus på att lösa problem och tillgodose behoven hos dina kunder. Det handlar inte om att sälja, utan om att kunderna ska vilja köpa. Förstår du skillnaden? I det här steget skärskådar du era produkter eller tjänster – ur kundens ögon. Genom att hitta en lösning som kreativt och effektivt löser deras problem kan du sticka ut från konkurrenterna.

STEG 3 - KÄNN DIN KUND

Ert företag kommer aldrig kunna dominera digitalt om ni inte på riktigt känner era kunder. Försök att förstå era kunders företag, bransch och vad de behöver. Ju mer du förstår deras behov, desto mer relevant och värdefull kan er produkt eller tjänst presenteras i den digitala köpresan.

STEG 4 - HA KOLL PÅ TEKNIKEN

Nej, vi vill helst inte prata teknik, men i detta steg faller vi till föga. Vi ger dig en förståelse för vad det är för teknik som finns och som behövs. Använd rätt teknologi och digitala verktyg för att optimera försäljningsprocessen. Det inkluderar att använda en effektiv e-handelsplattform, CRM-system och analytiska verktyg för att spåra kundbeteende och data.

STEG 5 - STÄLL KRAV

För att digitalisera er verksamhet behöver du skapa kravlistor för den teknologi som krävs. Du behöver ha en tydlig bild av vad du vill att de digitala verktygen ska klara av. Det kan innebära att använda en effektiv e-handelsplattform, CRM-system och analytiska verktyg för att spåra kundbeteende och data. Genom att sätta tydliga krav för vad som krävs i din digitala verktygslåda kan du effektivisera försäljningsprocessen och öka produktiviteten.

STEG 6 - SKAPA KUNDUPPLEVELSE

Allt handlar om upplevelse och i det här steget fokuserar vi på hur du på bästa sätt kan skapa en upplevelse som konverterar allra bäst för dina kunder. Vi går igenom köpprocesser med hybridförsäljning och hur du bör fokusera på att producera relevant och intressant innehåll för dina kunder.

STEG 7 - GÖR KUNDEN NÖJD

Det är viktigt att du arbetar strategiskt med kundnöjdhet i er digitala köpresa. Den viktigaste ingrediensen för att skapa det, är genom personalisering. Visionen som du bör eftersträva är en digital kundresa som känns unik för varje specifik kund. Prioritera även att ge utmärkt kundservice och låt kunderna berätta vad de tycker om ert bolag. Lyft fram det som gör ditt företag unikt och gör allt du kan för att skapa nöjda och lojala kunder som vill återkomma!

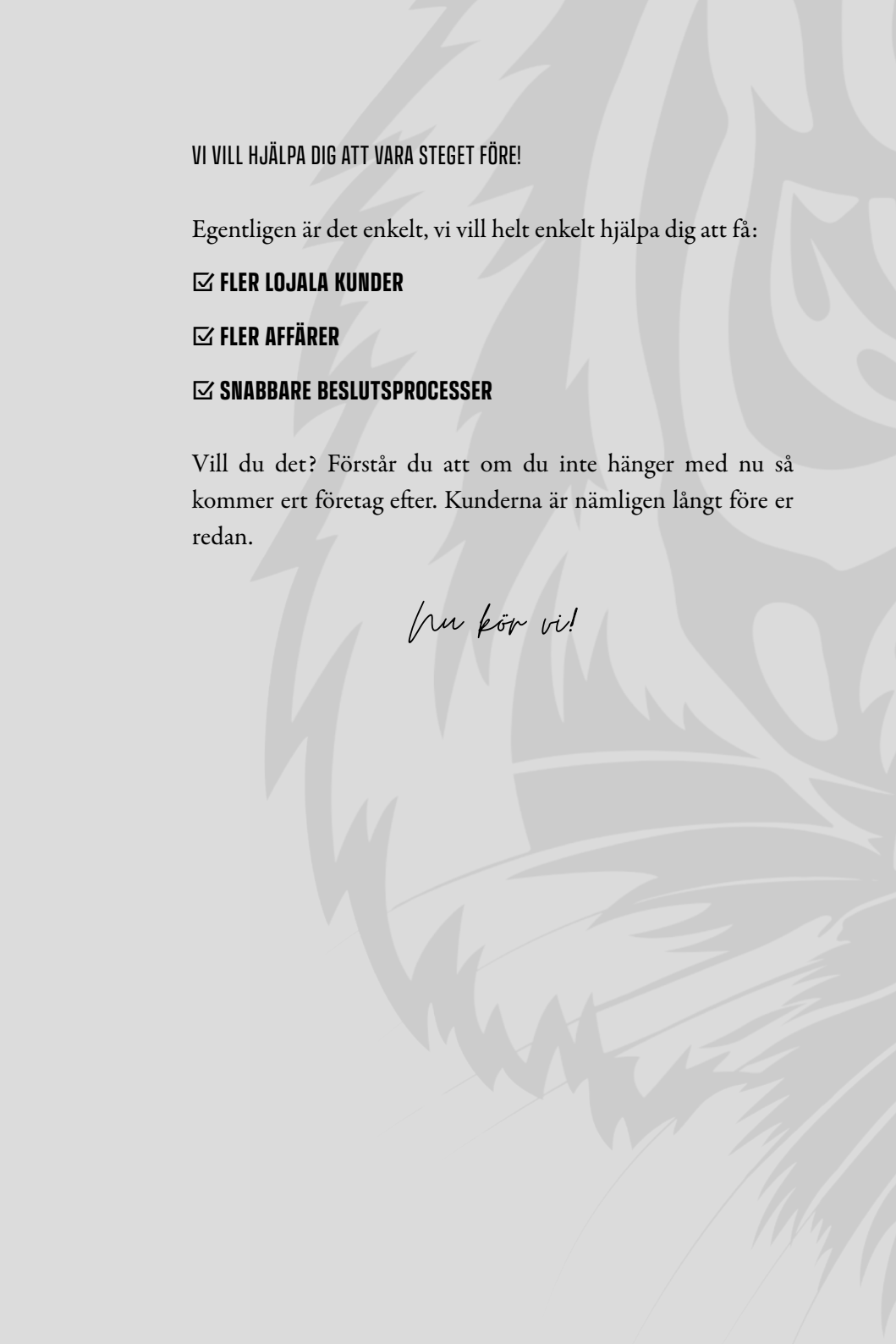
VAD ÄR DET VIKTIGASTE I BOKEN FÖR DIG SOM BESLUTSFATTARE?

Vi har under våra över tjugo år i branschen arbetat med många i ledande positioner, högt upp i bolagen. En sak är lite viktigare än allt annat när ni ska starta en digitaliseringsresa. Det är att ni som beslutsfattare är enade. För det måste starta i toppen. Ni måste leda arbetet med beslutsamhet och inspiration – då kommer det smitta av sig nedåt i organisationen.

Men det är inte alltid lätt att sitta i toppen och veta vilka beslut som är rätt att ta. Alla återförsäljare av digitala system säger att just deras setup är den allra bästa. Vem ska man egentligen tro på?

Kanske blev du lite orolig nu? Bra, det är precis för dig som vi har skrivit den här boken. För dig som förstår att vi verkligen står inför en digital transformation i företagen. För dig som känner att du inte riktigt hänger med och vill ha lite grundläggande information innan ni tar in en dyr digitaliseringskonsult i bolaget.

Vår önskan är att du ska kunna använda boken i ditt eget arbete med digital transformation, som konsult, verksamhetsansvarig eller studerande. För digitaliseringen – den berör alla.



VI VILL HJÄLPA DIG ATT VARA STEGET FÖRE!

Egentligen är det enkelt, vi vill helt enkelt hjälpa dig att få:

☒ **FLER LOJALA KUNDER**

☒ **FLER AFFÄRER**

☒ **SNABBARE BESLUTSPROCESSER**

Vill du det? Förstår du att om du inte hänger med nu så kommer ert företag efter. Kunderna är nämligen långt före er redan.

nu kör vi!



Kapitel 2

**GLÖM ALLT
DU TROR
DU VET OM
DIGITAL B2B**

DEN ENDA BOKEN OM B2B DU BEHÖVER!

Välkommen till den ultimata guiden för dig som vill bemästra din B2B-digitalisering! Linda U Johansson och Niklas Helgesson, två av Sveriges främsta experter inom digital transformation, har skrivit boken de själva saknat. Följ med på en fängslande resa genom det nya digitala B2B-landskapet som kommer att förändra spelreglerna för ditt företag.

Genom att kombinera författarnas samlade kunskap och erfarenhet med de vanligaste utmaningarna och frågorna från tidigare B2B-projekt, har de skapat en oumbärlig

guide som kommer att ta dig från nybörjare till mästare inom B2B.

Boken är inte bara för de inbitna veteranerna eller de tekniska genierna - den är för dig som är redo att omfamna framtiden och ta ditt företag till nya höjder. Genom att bryta ner det komplexa till något enkelt och lättförståeligt, får du verktygen och kunskapen du behöver för att inte bara hänga med i utvecklingen, utan att ligga ett steg före dina konkurrenter. Med hjälp av sju enkla steg guidas du genom allt du behöver veta för att lyckas med ditt B2B-projekt.

DIN FRAMTID INOM B2B-VÄRLDEN VÄNTAR PÅ DIG - LÅT DEN HÄR BOKEN HJÄLPA DIG ATT UPPTÄCKA DEN!



"Jag kan varmt rekommendera alla som är nyfikna på digital B2B att läsa boken. Jag gillar särskilt B2B-pyramiden som författarna skapat, den är verkligen guld värd för att förstå B2B."

Arne B Andersson,
E-commerce advisor
at Swedish Trade Federation



SWEDISH
METAVERSE CENTER AB

B2BBOKEN.se
swedishmetaversecenter.com

ISBN 9789198871951



9 789198 871951 >