



Ingela Hemming, SEB:s företagarekonom

Tisdag den 8 december 2009

## **SEB:s Företagarpanel om Internet som affärsredskap:**

### **Internet växer i betydelse för småföretagen – liberal hållning till sociala medier dominerar**

SEB har låtit knappt 1400 företagare svara på frågor om Internet, både hur de använder det som affärsverktyg och hur de ser på anställdas användning av nätet. Tre av fyra företag har en egen hemsida, framför allt är det de allra minsta företagen (0-9 anställda) som saknar egen webbplats. Den viktigaste funktionen för företagen med att finnas på Internet är att hitta nya kunder, följt av konkurrentbevakning, att hitta nya leverantörer, att stärka FoU och att rekrytera. Företagarna är i huvudsak liberala i sin syn på sina anställdas användning av Internet. Hela 76 procent uppger hållningen "inga restriktioner, förutsätter sunt förnuft", medan endast 11 procent har "tydliga regler kring privat surfande". 70 procent av små och medelstora företag har ingen policy för sociala medier, bara 19 procent har förbud mot sociala medier på arbetstid.

De allra flesta använder fortfarande webben mest för marknadsföring och kontaktinformation, bara 7 procent har full funktionalitet med köp och betalning av företagets tjänster och produkter via nätet. Bland små handelsföretag har Internet öppnat en egen nisch: 21 procent har köp och betalningsfunktioner, och av dem så är det vart tionde företag som får över 80 procent av sina intäkter från hemsidan. Av dem som använder webbplatsen för att slutföra affärer så spår 64 procent att intäkterna från nätet kommer att öka det närmaste året.

- Mätningen pekar på hög nätmognad, många företag har funnits på nätet i över ett decennium, och många nya småföretag har uppenbarligen uppkommit som näthandelsföretag. Att så många anger Internet som viktigt för FoU pekar på hur kunskapsutbyte etablerat sig som en viktig drivkraft på nätet, säger **Ingela Hemming**, SEB:s Företagarekonom.

De största farhågorna kring Internet är driftstörningar och säkerhetsintrång. Oron för hur medarbetarna använder nätet är marginell, bara 7 procent uppger det som "största farhåga". 52 procent instämmer i att användningen av Internet är "en tillgång i arbetet" och 24 procent uppger att det är "viktigt för medarbetarna att kunna hålla sig ajour". Tre av fyra företag har inga restriktioner för sina anställdas Internetvanor, utan anser att sunt förnuft får styra. Denna siffra sjunker dock med storleken på företaget. Bland medelstora företag (50-249 anställda) är det bara 48 procent som tilltror det sunda förnuftet, 24 procent har "tydliga regler kring privat surfande" och 28 procent har policies som manar till "viss återhållsamhet". 70 procent av små och medelstora företag har ingen policy för sociala medier, bara 19 procent har förbud mot sociala medier på arbetstid.

- Svaren visar att företagarna är tämligen liberala i sin syn. De ser mer nytta än risker, även med sociala medier. Eftersom vår ekonomi alltmer utvecklas mot en global nätverksekonomi så är det nog en klok hållning, säger Ingela Hemming, SEB:s Företagarekonom.

## Företagarekonomen tipsar:

### Utnyttja Internet i din verksamhet

Internet har blivit en del av vår vardag och många företags verksamheter är beroende av nätet. Oavsett hur mycket du använder Internet i arbetet idag så finns det säkert fler sätt att dra nytta av det. Ingela Hemming har sammanställt några områden där du som företagare kan använda Internet för att ge ditt företag en extra skjuts.

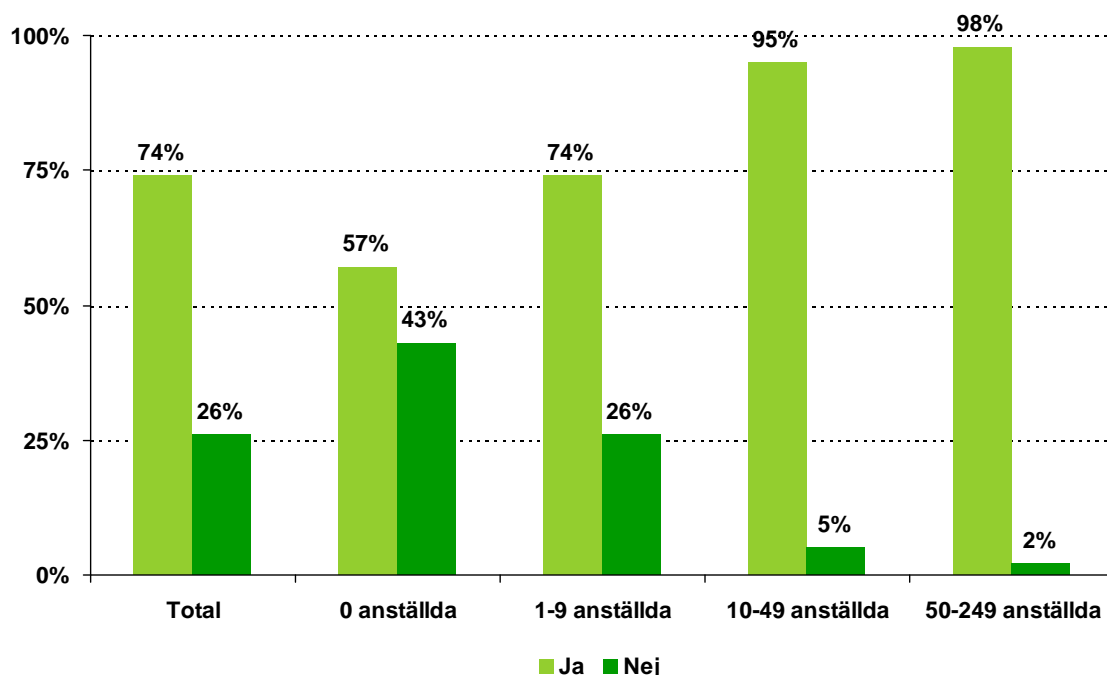
1. **Sköt din hemsida.** På några år har hemsidan blivit det första intryck en kund ofta får av dig och ditt företag. En rörig och inte så uppdaterad sida kan då få kunden att vända långt innan dörren. Se därför till att du har en sida med en tydlig struktur, där det är lätt att hitta önskad information om produkter, företagets historia, kontaktuppgifter mm. Var noggrann med att informationen är korrekt och uppdatera sidan ofta. Händer det mycket på hemsidan visar det att ni är ett aktivt företag med många järn i elden och vem vill inte jobba med ett sådant?
2. **Nyhetsbrev.** Nyhetsbrev som skickas ut elektroniskt kostar inte mer än er tid och det ger kunderna en kontinuerlig uppdatering av vad som är på gång. Ni kan också förvarna eller påminna om förändringar i verksamheten som det är bra att kunderna känner till, samt passa på att skryta om ni landar en riktigt bra affär eller får en utmärkelse. Låt gärna personalen komma med idéer om vad ni ska skriva om för att ge en bredare bild av företaget.
3. **Börja blogga.** Med en blogg kan du leverera dagsaktuell information till dina kunder och leverantörer och uppdatera dem i vad som händer samtidigt som de lär känna företaget bättre. Se till att ha ett syfte med bloggen och fundera över vilket förhållande läsarna ska ha till den. Skriv gärna om något du brinner för, helst bör detta ämne vara något som även dina kunder kan relatera till. Satsa på bloggans innehåll och på en enkel, men genomtänkt, design som du kan hålla fast vid under en längre period.
4. **E-handel.** Att starta en egen näthandel kan vara ett smart drag för att öka omsättningen. Med en e-butik kan du fortsätta försäljningen även efter att den vanliga butiken har stängt för dagen eller klara dig helt utan butiksyta. Frågor att fundera över är vad som gör just din butik speciell? Hur ligger dina priser i förhållande till konkurrenternas? Vad kan du ge för villkor gällande betalning och frakt? Det finns färdiga paket där du får en plattform för butiken tillsammans med en betalösning som gör att du kommer igång snabbt och enkelt.
5. **Nätverka.** Internet är ett perfekt verktyg för att underhålla sitt nätverk på. Du behöver inte ta dig från arbetsplatsen och kan sticka emellan med snabba meddelanden till dina kontakter även om du har mycket att göra. Facebook känner de flesta till vid det här laget, och sidan används både för privata kontakter och jobbförbindelser. Vissa företag har till och med egna Facebooksidor. Men nätet erbjuder även andra typer av nätverk, specialiserade både för olika verksamhetsområden och skiftande geografiska regioner. Internet kan dessutom göra det enklare att knyta nya kontakter om du är lite blyg inför att träffa helt främmande människor.

6. **Konkurrentbevakning.** Genom att kika på dina konkurrenters sidor kan du lära dig mycket. Först och främst kan du bilda dig en bra uppfattning om deras produktutbud, priser och serviceerbjudanden. Sedan kan du fundera över vilka sidor du tycker fungerar bra, eller mindre bra, och jämföra dessa med din egen. Kom alltid ihåg att tänka på hur du kan bli bättre och vad som får din verksamhet att skilja sig från mängden.
7. **Hitta medarbetare på nätet.** Det finns flera fördelar med att leta efter din nästa medarbetare på nätet. Det går snabbt, en jobbbannons kan vara ute redan samma dag som du skrivit klart den. Många rekryteringsfirmor har stora CV-databaser där jobsökande kontinuerligt laddar upp sina meriter, vilka kan matchas mot dina önskemål. Via Internet kan du även enkelt söka arbetskraft i andra länder än Sverige. Har ni inte något anställningsbehov för tillfället kan ni ändå ta emot spontanansökningar via hemsidan. När en plats blir ledig har ni en urvalsgrupp med personer som redan aktivt visat sitt intresse för ert företag.
8. **Google.** Det finns olika sätt att synas på Google. Det första du kan göra är att optimera din hemsida efter ett antal sökord. Orden du vill optimera efter skriver du in i din sidas rubrik, i ingressen och helst flera gånger i själva texten, dessutom är det viktigt att få med ordet i sidans titletagg. När det gäller Google har du också nytta av en god uppdateringsvana av hemsidan, eftersom det får den att stiga på sökmotorns listor. Du kan även använda dig av annonseringstjänsten addwords. Då visas din annons vid sökningar på vissa ord eller fraser som du har valt. Du betalar bara för varje klick som leder till din sida. Dock kostar klicket mer ju populärare ord du väljer.
9. **Använd "Molnet".** Datamolnet, eller "Cloud Computing" som det kallas, innefattar den teknik som gör det möjligt att nå en uppsjö av IT-funktioner över Internet. I molnet får du tillgång till de tjänster och resurser du behöver, utan att själv behöva köpa hårdvara och licenser, eller göra tidskrävande uppdateringar. Du betalar helt enkelt bara för det du använder, samtidigt som det går att jobba från vilken dator som helst.
10. **Förbättra säkerheten.** Några saker som är bra att tänka på ur ett säkerhetsperspektiv är att du helst inte ska använda samma dator privat som den du använder för dina affärer (affärs- och kassasystem, bokföring, viktig administration etc.) Öppna aldrig en bilaga från en okänd avsändare och köp ett bra säkerhetsprogram inklusive brandvägg till datorn som uppdateras ofta. Gör back-up på dina filer med jämna mellanrum, exempelvis på en sekundär hårddisk, DVD eller en online tjänst.

## Småföretagen använder Internet alltmer

Internet har blivit en naturlig del av vår vardag – och detta stämmer även för de allra flesta företagare. I vår senaste omgång i SEB:s Företagarpanel behandlas frågor som rör hur företagen använder sig av Internet i sin verksamhet, samt hur de ser på sina anställdas Internetanvändande. Det är väldigt vanligt bland de medelstora företagen att ha en egen hemsida – så många som 98 procent bland företag med fler än 50 anställda uppger att de har en sådan. Bland de minsta företagen är det 57 procent som uppger att de har en egen hemsida.

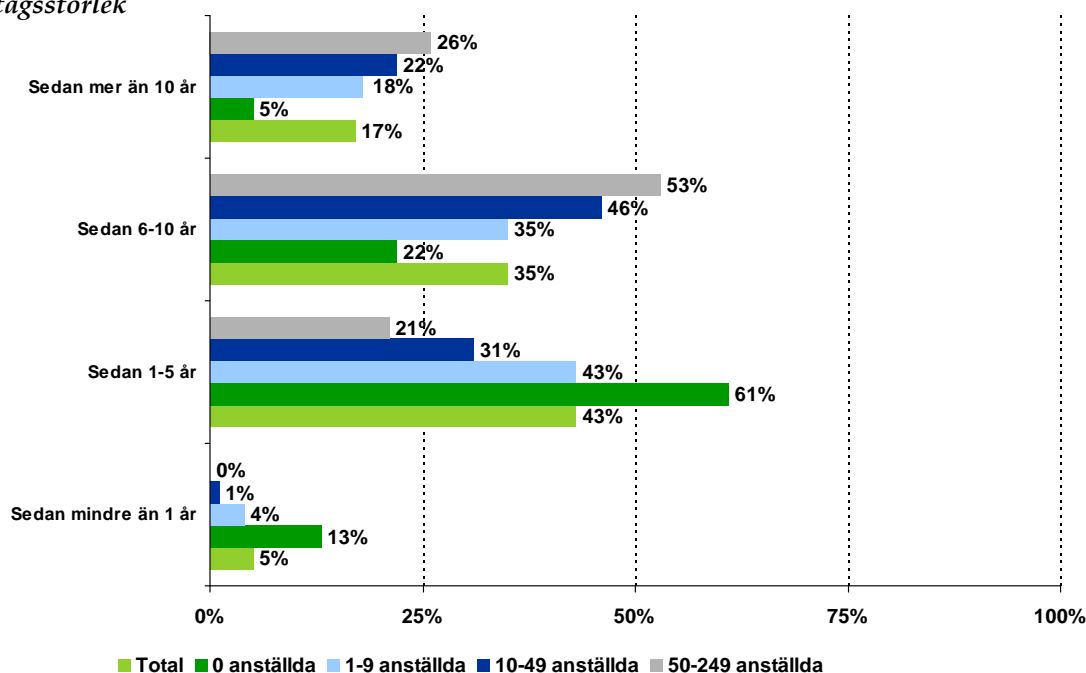
*Graf 1: Har ditt företag en egen hemsida på Internet?. Uppdelat på företagsstorlek.*



Bland tillverkningsföretag och handelsföretag uppger 84 procent av företagen att de har en egen hemsida, medan 69 procent av tjänsteföretagen uppger att de har det. Bland de företag som uppger att de inte har någon hemsida idag svarar 19 procent att de planerar att skapa en sådan under det närmaste halvåret. Bland handelsföretagen svarar 28 procent att de planerar göra detta.

Många företag har haft sin hemsida sedan mer än tio år – totalt sett är det 17 procent som uppger det. Siffran stiger med storleken på företaget – bland de medelstora företagen är det 26 procent som haft sin hemsida i mer än tio år. Över hälften av de medelstora företagen, 53 procent, uppger att deras hemsida funnits i 6-10 års tid. Bland de minsta företagen är det flest som uppger att deras hemsida funnits i mindre än ett år, vilket troligen hänger samman med att företagen ofta är relativt nystartade. Sett till bransch är det 20 procent bland tillverkningsföretagen som uppger att deras hemsida funnits i mer än tio år – bland handelsföretagen är det 19 procent som uppger detta och 15 procent bland tjänsteföretagen. Det är även störst andel bland tillverkningsföretagen som uppger att deras hemsida funnits i 6-10 års tid, medan något fler bland handelsföretagen svarar att deras hemsida funnits i mindre än ett års tid.

**Graf 2: Hur länge har ni haft er hemsida? Urval: Har hemsida idag. Uppdelat på företagsstorlek**



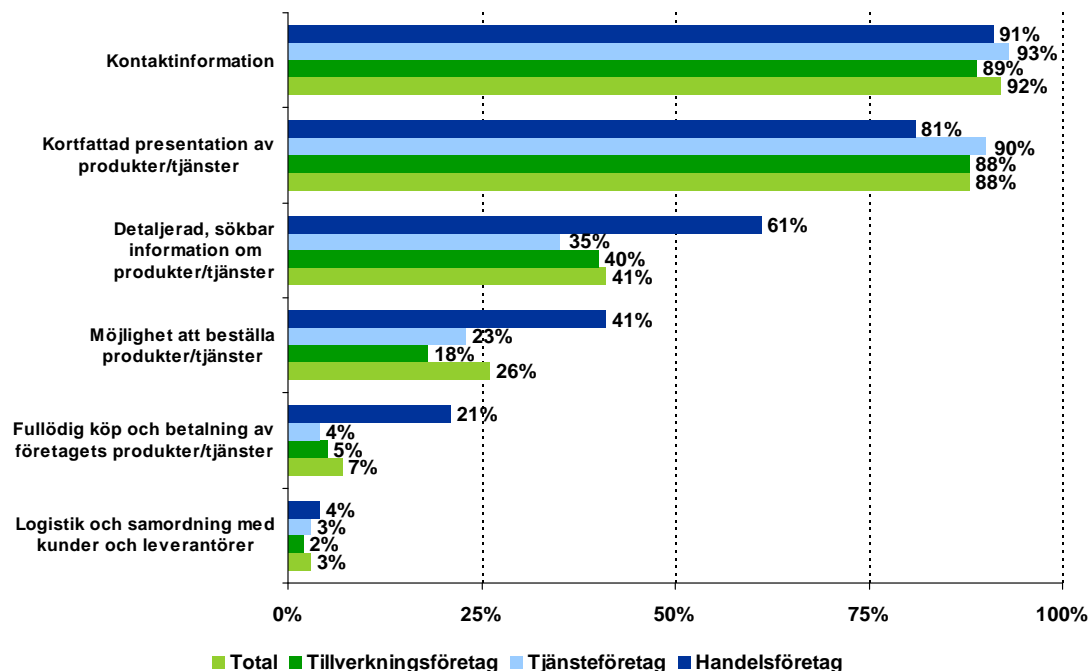
## Kontaktinformation klart viktigast

Den absolut vanligaste funktionen som företagets hemsida fyller är kontaktinformation, följt av presentation av företagets produkter och/eller tjänster. Drygt en fjärdedel av de företag i undersökningen som har en hemsida idag uppger att de erbjuder möjlighet att beställa produkter och/eller tjänster på hemsidan, medan endast 7 procent svarar att de erbjuder fullständig köp och betalning av företagets produkter och/eller tjänster.

Skillnaderna är inte så stora mellan olika företagsstorlekar som de är mellan olika branscher, men bland enmansföretagen är det flest som uppger att de erbjuder möjlighet att beställa produkter och/eller tjänster (28 procent mot 26 procent totalt sett). Bland de medelstora företagen, med 50-249 anställda, är det 51 procent som uppger att de erbjuder detaljerad, sökbar information om produkter och/eller tjänster – mot 41 procent totalt sett.

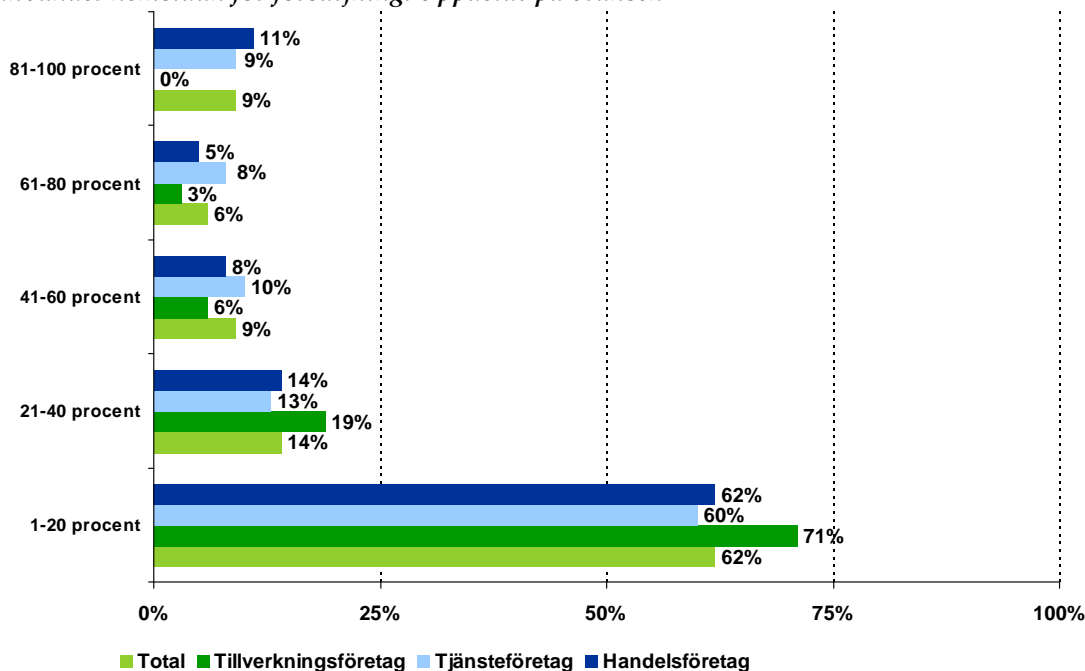
När vi frågar företagen hur viktigt Internet är för företagets funktioner gällande en rad områden, visar det sig att det som hamnar högst är "att hitta nya kunder" – något som 62 procent av företagen uppger att Internet är viktigt för. Därefter kommer "konkurrentbevakning" och "att hitta nya leverantörer". Gällande båda dessa funktioner är det 51 procent av företagen som uppger att Internet är viktigt. 36 procent av företagen uppger att Internet är viktigt för företagets funktion gällande "forskning och utveckling", och 25 procent svarar att Internet är viktigt för företagets rekrytering. När det gäller rekrytering är det dock hela 64 procent av de medelstora företagen (50-249 anställda) som uppger att Internet är viktigt.

**Graf 3: Vilka av nedanstående funktioner fyller ditt företags hemsida? Uroal: har hemsida idag . Uppdelat på bransch**



Bland de företag som idag har egen hemsida och som använder den för försäljning av företagets produkter och/eller tjänster så uppger totalt sett 62 procent att under 20 procent av företagets intäkter genereras via Internet. Det är störst andel bland handelsföretagen som uppger att över 80 procent av intäkterna genereras via Internet. Det är även flest bland enmansföretagen som uppger att mer än 80 procent av intäkterna genereras via Internet – 19 procent mot 9 procent totalt sett.

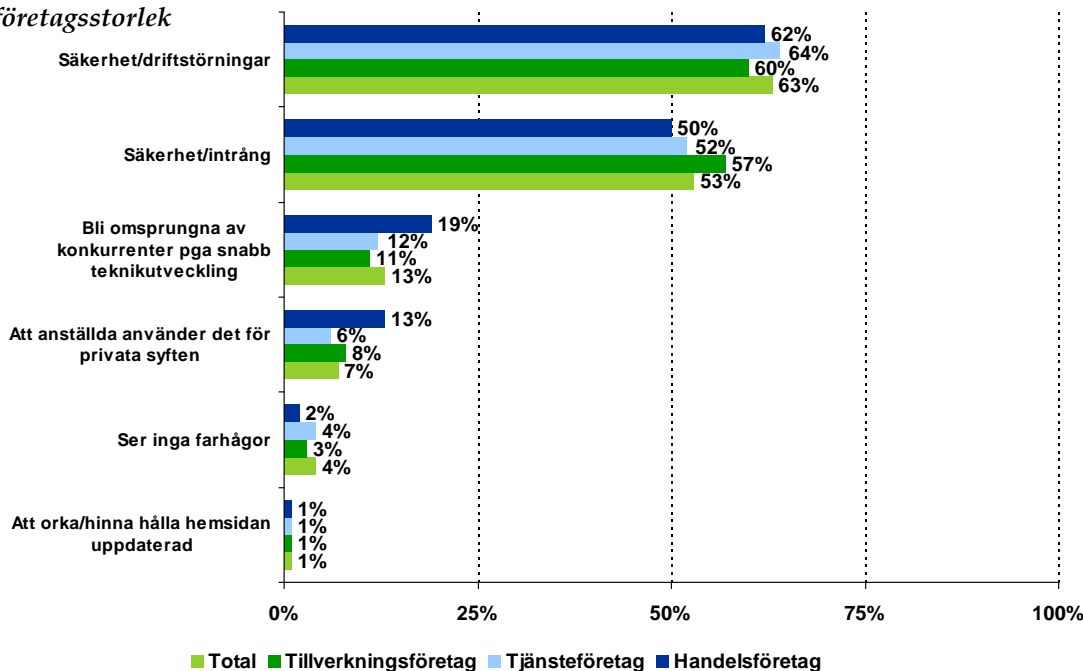
**Graf 4: Hur stor andel av era intäkter genereras via Internet? Uroal: Har hemsida idag, använder hemsidan för försäljning. Uppdelat på bransch**



## Säkerhetsfrågor största farhågan

Driftstörningar och säkerhetsfrågor är företagens största farhågor gällande Internet, följt av intrångsrelaterade frågor.

Graf 5: Vilka är dina största farhågor kring Internet? Urval: Har hemsida idag. Uppdelat på företagsstorlek

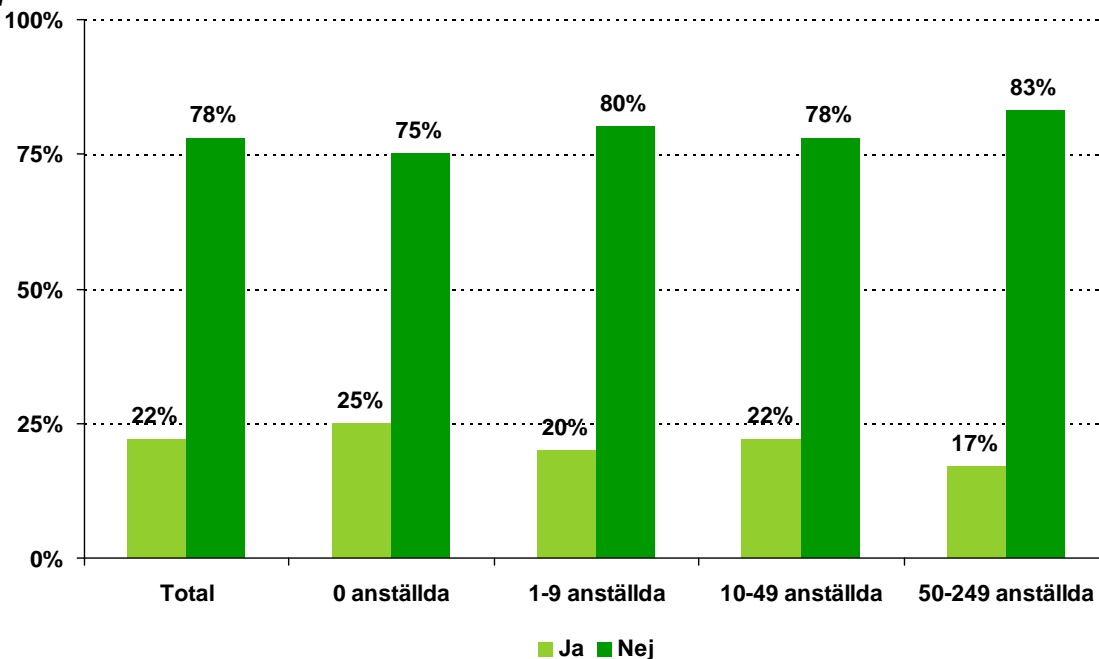


## Relativt få småföretag känner till "molnet"

En relativt ny teknik kallas för datamolnet eller "cloud computing". Detta innefattar den teknik som gör det möjligt att nå en uppsjö av IT-funktioner över Internet och få tillgång till tjänsterna utan att själv behöva köpa hårdvara och licenser. Bland tjänsteföretagen är det 25 procent som uppger att de är bekanta med "molnet", medan endast 13 procent bland tillverkningsföretagen uppger att de är det. Bland handelsföretagen uppger 17 procent att de är bekanta med "molnet". Det är intressant att notera att det är flest bland de minsta företagen som känner till den här nya tekniken - sannolikt för att det är ännu mer gynnsamt för ett litet företag att använda sig av lösningen. 25 procent bland enmansföretagen uppger att de känner till "molnet", mot 17 procent bland de medelstora företagen.

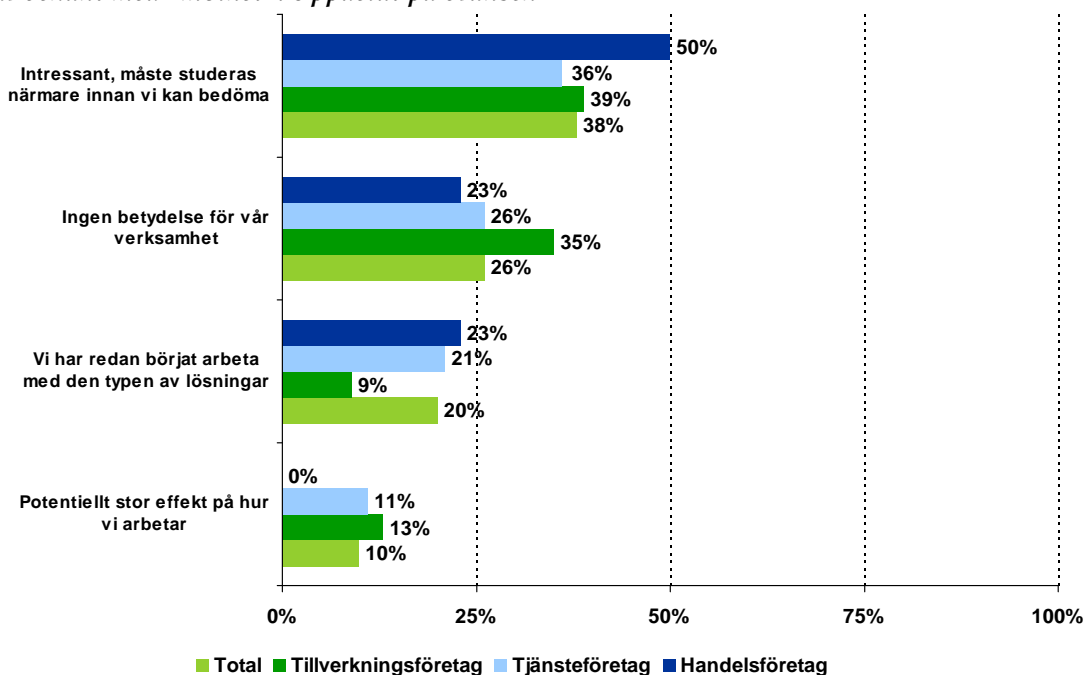


**Graf 6: Är du bekant med "cloud computing" eller "molnet"? Urval: har anställda. Uppdelat på bransch**



Bland de företag som är bekanta med "molnet" är det 20 procent totalt sett som uppger att de redan har börjat arbeta med den typen av lösningar – flest bland handelsföretagen där 23 procent uppger det, samt bland tjänsteföretagen på 21 procent. Bland tillverkningsföretagen är det bara 9 procent som uppger att de har börjat arbeta med den typen av lösningar. 26 procent totalt sett svarar att den här typen av lösningar inte har någon betydelse för deras verksamhet – störst andel bland tillverkningsföretagen uppger detta.

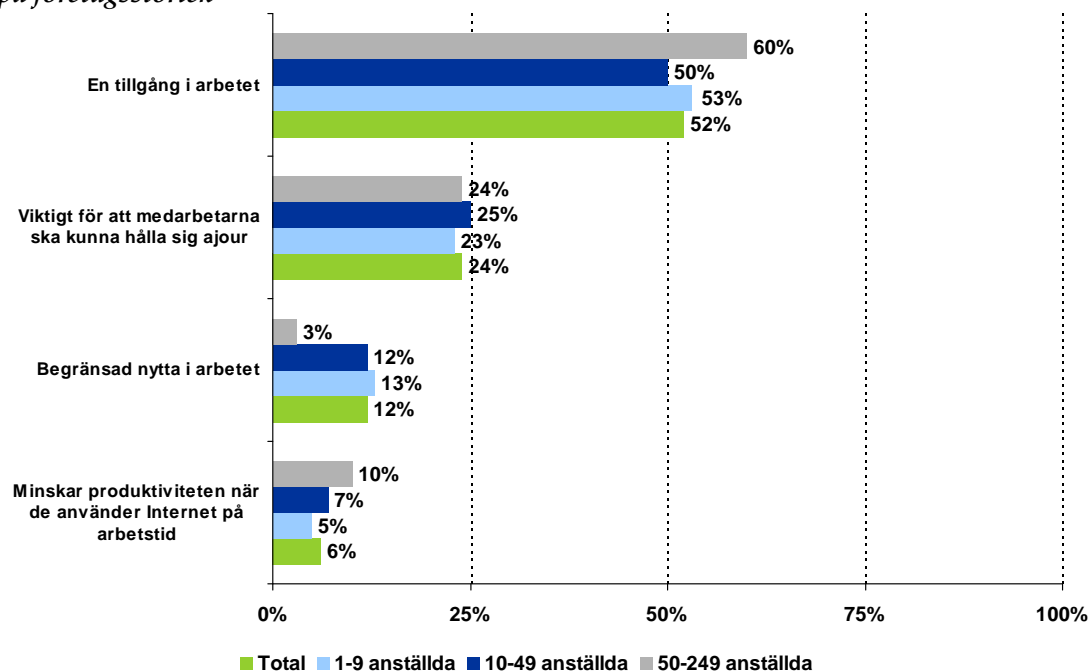
**Graf 7: Hur ser du på den möjliga betydelsen av Molnet-lösningar? Urval: har hemsida idag och är bekant med "molnet". Uppdelat på bransch**



## Liberal syn på de anställdas Internetanvändande dominerar

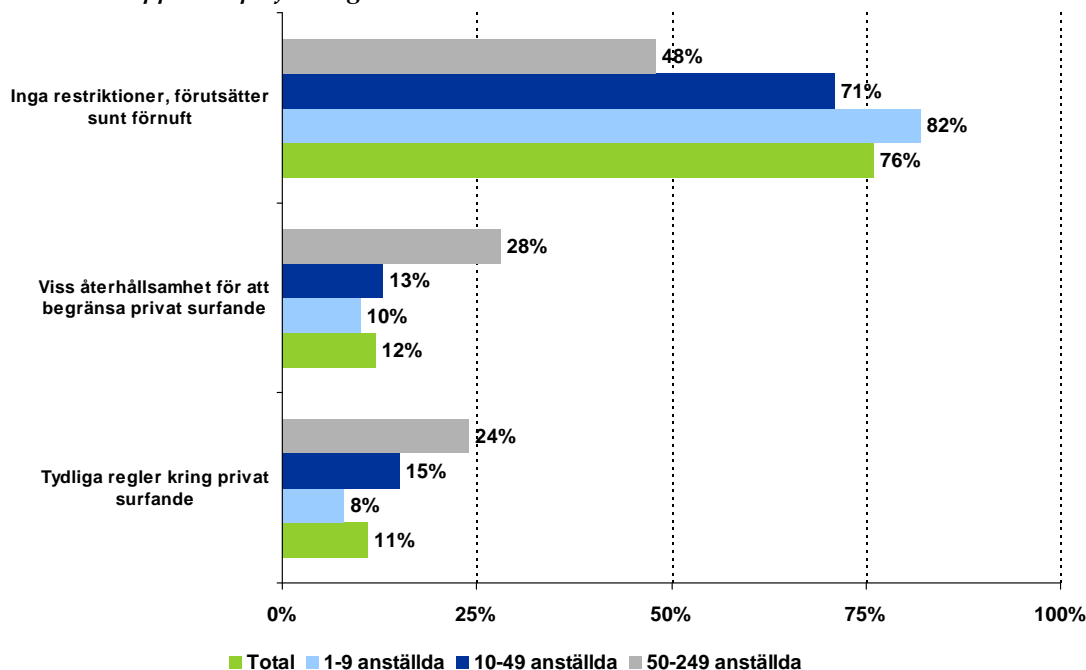
Bland de företagare i undersökningen som har anställda uppger över hälften att de anställdas Internetanvändande är en tillgång i arbetet. En fjärdedel uppger att Internetanvändandet är viktigt för att medarbetarna ska kunna hålla sig ajour. Endast 6 procent uppger att produktiviteten minskar när de anställda använder Internet på arbetstid.

*Graf 8: Hur ser du på dina anställdas Internetanvändande? Urval: Har anställda. Uppdelat på företagsstorlek*

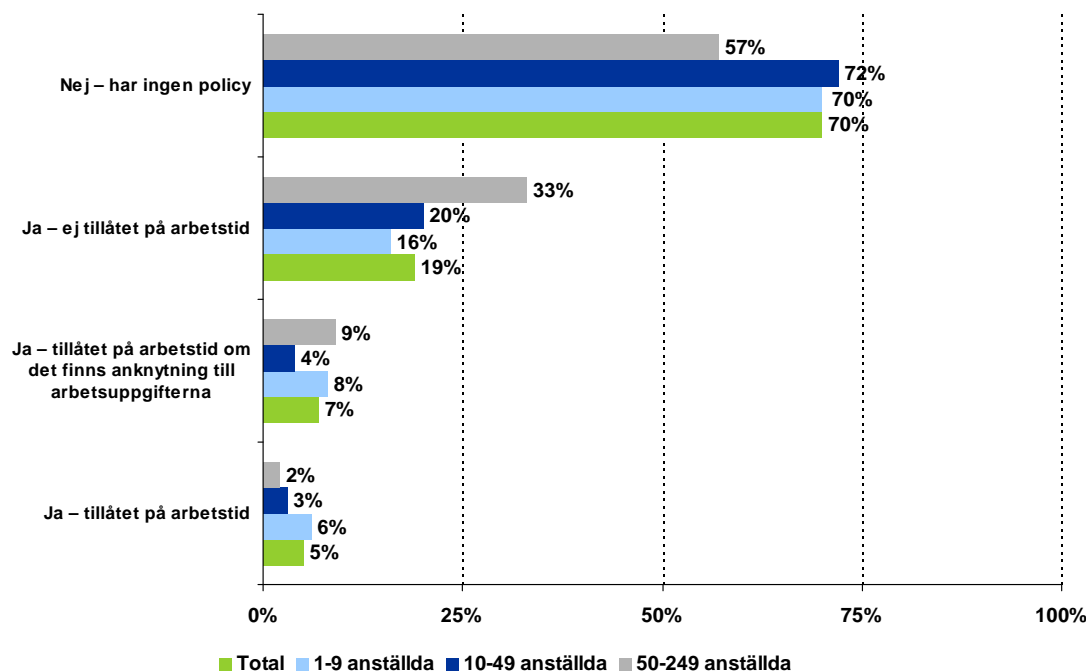


När det gäller synen på de anställdas Internetvanor under arbetstid så är det absolut mest dominerande synsättet bland företagarna "inga restriktioner, förutsätter sunt förnuft". Det är vanligast att de mindre företagen, med färre än 10 anställda, uppger detta, medan det är vanligare bland de medelstora företagen att det finns tydliga regler kring privat surfande eller viss återhållsamhet. Samma sak gäller frågan om det finns någon policy för Facebook, Twitter och liknande sociala medier – mindre företag saknar oftare policy i frågan.

**Graf 9: I den mån dina anställda använder Internet – vilka är ramarna? Urval: Har anställda. Uppdelat på företagsstorlek**



**Graf 10: Har företaget någon policy för Facebook, Twitter och liknande sociala medier? Urval: har anställda. Uppdelat på företagsstorlek**



## **Om SEB:s Företagarpanel:**

SEB:s Företagarekonom startade sommaren 2006 en Företagarpanel, med syfte att få en bättre inblick i små- och medelstora företagens situation och för att bättre kunna föra deras talan i samhällsdebatten. Panelen består nu av ca 2 600 små- och medelstora företag. Denna panelomgång genomfördes den 6 – 9 oktober 2009 och besvarades av 1 377 företagare.

## **SEB:s Företagarekonom**

SEB:s företagarekonom Ingela Hemming har till uppgift att vara språkrör i frågor som rör små- och medelstora företag. I rollen ingår att bevaka omvärlden utifrån små- och medelstora företags perspektiv för att kunna rapportera om viktiga händelser som berör företagets vardag. Utöver det ska SEB:s företagarekonom med kompetens och råd underlätta för företag att förbättra sin ekonomi och stärka sin konkurrenskraft.

### **Ingela Hemming**

070-763 82 97

[ingela.hemming@seb.se](mailto:ingela.hemming@seb.se)

[www.seb.se/foretagarekonomen](http://www.seb.se/foretagarekonomen)

Johanna Wahlsten

Statistiskt ansvarig

08-7638072, 070-739 10 13

[johanna.wahlsten@seb.se](mailto:johanna.wahlsten@seb.se)