

# Innehåll

<b>Inledning: Att skapa en lönsam e-handel</b> .....	<b>1</b>
Bokens syfte .....	2
Inriktning och målgrupp .....	2
Bokens disposition .....	3
Bokens upplägg .....	4
<b>1 Introduktion till e-handel</b> .....	<b>6</b>
Kapitel 1: Vad är e-handel? .....	7
Grundläggande begrepp .....	8
Sammanfattning och resurser .....	15
Kapitel 2: Köpprocessen .....	17
Kundresan .....	18
Kundens köpbeslut .....	23
Köppupplevelsens betydelse .....	26
Vem är kunden? .....	26
Sammanfattning och resurser .....	35
Kapitel 3: Process för praktisk e-handelsstrategi .....	37
Strategisk analys .....	40
Strategiformulering .....	42
Implementering av strategi .....	46
Sammanfattning och resurser .....	47
Kapitel 4: Lagar och regler .....	49
Att sälja på distans .....	51
Hantera kund- och marknadsföringsregister .....	54
Kundköplagen och kundtjänstlagen .....	57
Tvister, lagbrott och konflikter .....	58
Sammanfattning och resurser .....	60
<b>2 Affärsnytta för e-handel</b> .....	<b>62</b>
Kapitel 5: E-handelns affärsmodeller .....	63
Från vision till affärsmodell .....	64
Skapa kundvärde .....	66
Plattformar som stöd för affärsmodellen .....	75
Business model canvas .....	78
Sammanfattning och resurser .....	82

Kapitel 6: Grundläggande begrepp för affärsnytta .....	85
Använda nyckeltal för att mäta affärsnytta .....	87
Avkastning på investering (ROI).....	91
Från investering till avkastning.....	92
Sammanfattning och resurser .....	101
Kapitel 7: Modeller för att beräkna affärsnytta.....	103
Skapa nytta med digital teknik.....	104
Arbeta med business case.....	106
Affärsnyttoprocessen.....	114
Sammanfattning och resurser .....	121
Kapitel 8: Strategisk analys.....	123
Om strategiska analyser.....	123
Definiera företagets marknad .....	126
Analysmetoder i praktiken.....	128
Sammanfattning och resurser.....	160
<b>3 Att bygga upp en e-butik.....</b>	<b>162</b>
Kapitel 9: E-butikens tekniska grund.....	163
Kravspecifikation .....	164
Val av e-handelsplattform.....	166
Val av design.....	169
Val av betal lösningar.....	171
Val av webbserver.....	178
Sökmotoroptimering .....	181
Digitala tekniker som komplement till e-butiken .....	186
Sammanfattning och resurser .....	189
Kapitel 10: Att bygga för konverteringsoptimering.....	193
Användarupplevelsen (UX).....	194
Konverteringsprocessen .....	197
Sammanfattning och resurser.....	207
Kapitel 11: Försörjningskedjor och logistik.....	209
Försörjningskedjan .....	210
Logistik.....	211
Lagerhantering.....	212
Sammanfattning och resurser.....	217

Kapitel 12: Informations- och it-säkerhet .....	219
Säkerhetsmedvetandet i organisationen .....	220
Informations- och it-säkerhetspolicy .....	221
Att ta fram en informations- och it-säkerhetspolicy .....	222
Sammanfattning och resurser .....	226
<b>4 Att öka e-butikens försäljning .....</b>	<b>228</b>
Kapitel 13: Tre fokuspunkter för ökad försäljning .....	229
Frekvens .....	230
Räckvidd .....	233
Avkastning .....	237
Sammanfattning och resurser .....	239
Kapitel 14: Att driva trafik till butik med inbound marketing .....	241
Inbound marketing .....	242
Innehållsmarknadsföring .....	250
Social selling .....	259
Sökmotormarknadsföring och internetannonsering .....	263
E-postmarknadsföring .....	269
Sammanfattning och resurser .....	272
Kapitel 15: Utvärdering och konverteringsoptimering .....	277
Övervaka och mäta .....	278
Utforma en mätplan .....	279
Analysera data .....	284
Användbarhetstest och utvärdering .....	286
Åtgärdsplan .....	295
Sammanfattning och resurser .....	296
<b>5 13 steg till e-handel .....</b>	<b>298</b>
Om processen .....	299
Steg 1: Vision, syfte och affärsidé .....	302
Steg 2: Formulera en affärsmodell .....	303
Steg 3: Definiera målgrupp och värdeförslag för e-butiken .....	304
Steg 4: Analys av kostnads- och intäktsstruktur .....	305
Steg 5: Nulägesanalys .....	307
Steg 6: Formulera tydliga mål .....	309

## INNEHÅLL

Steg 7: Identifiera framgångsfaktorer .....	310
Steg 8: Strategier för att förvärva och konvertera.....	312
Steg 9: Länka strategin till den fysiska världen.....	315
Steg 10: Frågor om etik, integritet och säkerhet.....	316
Steg 11: Anpassa organisationsstrukturen.....	317
Steg 12: Skapa en genomförandeplan .....	318
Steg 13: Utvärdera och optimera .....	320
<b>Nyckelbegrepp.....</b>	<b>324</b>
<b>Referenser .....</b>	<b>338</b>
<b>Bildkällor.....</b>	<b>350</b>



Instuderings-, diskussions- och fördjupningsfrågor finns på  
[www.sanoma utbildning.se/e-handel](http://www.sanoma utbildning.se/e-handel)