2017-10-26

# Många svenska företag saknar planer på hemsida

**96 procent av svenskarna anser att det är viktigt för företag att ha en hemsida. Även om fyra av fem företag har det idag så saknar fortfarande 15 procent en hemsida till företaget. Av dessa har dessutom hälften, 49 procent, inga planer på att skaffa en hemsida närmaste året. Det visar den nya rapporten *Svenska företag på webben 2017,* från webbhotellet Loopia.**

– Även om många företag insett vikten av att synas på webben med en hemsida är det långt ifrån alla som har en. Dagens internetanvändare förväntar sig att finna allt de behöver på webben. Ett företag utan hemsida blir svårare att hitta på till exempel Google och kan göra att potentiella kunder söker sig vidare till en konkurrent, säger Jimmie Eriksson, vd på Loopia.

I en ny rapport från Loopia, *Svenska företag på webben 2017*, har svenska företags närvaro på webben undersökts och jämförts med svenskarnas förväntningar. Detta i syfte att ge företag insikt kring hur de ska prioritera sin webbsatsning för att tillgodose nuvarande och potentiella kunders förväntningar.

**Företagets hemsida viktigare än sociala medier**

Över hälften, 54 procent, av de företag som tillfrågats i undersökningen anser att sociala medier är oviktiga för företagets försäljning och en tredjedel marknadsför sig inte alls i sociala medier. Det motsvarar svenskarnas förväntningar då majoriteten av de som tillfrågats i undersökningen anser att företagets hemsida spelar betydligt större roll än deras närvaro i sociala medier.

– Webben blir en allt viktigare kanal att synas i för mindre företag med begränsade resurser och är en viktig del av servicen till kunderna. En hemsida med information om produkter eller tjänster bör prioriteras framför interaktiv kommunikation i sociala medier för att företaget ska gå att hitta och signalera förtroende, säger Jimmie Eriksson.

**Fem anledningar för företag att ha en hemsida utöver sociala medier**
1. En seriös hemsida ökar förtroendet för företaget hos nuvarande och blivande kunder.

2. Företags inlägg i sociala medier sprids knappt om företaget inte betalar.

3. Nyheter håller sig färska under en längre tid på företagets hemsida.

4. Sociala medier-konton syns sämre än hemsidor bland Googles sökresultat.

5. En hemsida ger företaget större kontroll över vad som sägs om dem på webben.

[Läs hela rapporten här »](https://www.loopia.se/svenska-foretag-pa-webben-2017)

**Bilaga**
Statistik från undersökningen till rapporten *Svenska företag på webben 2017.*

**Om rapporten “Svenska företag på webben 2017”**

Webbhotellet Loopia vill hjälpa företag att lyckas på webben och har med anledning av det undersökt hur svenska företags närvaro på webben ser ut och hur det motsvarar svenskarnas förväntningar. Undersökningarna har sammanställs till rapporten Svenska företag på webben 2017 som syftar till att ge svenska företag insikt kring hur de bör prioritera sin webbsatsning.

Rapporten baseras på två statistiska undersökningar genomförda under juni 2017 i form av webbenkäter. Den ena genomfördes av Kantar Sifo på uppdrag av Loopia och baseras på 1 011 respondenter i Sverige, enbart förvärvsarbetande i åldrarna 20-65 år (ovan kallade ‘svenskar’). Den andra undersökningen utgörs av 1 025 svarande företag i Sverige, Loopias kunder, men exklusive enskilda firmor (ovan kallade ‘Sveriges företag’ eller ‘svenska företag’).

Läs hela rapporten på [loopia.se/svenska-foretag-pa-webben-2017](https://www.loopia.se/svenska-foretag-pa-webben-2017)

**Om Loopia**

Loopia AB är ett av Sveriges största och snabbast växande webbhotell med verksamhet i Sverige, Norge och Serbien. Företaget är en del av Visma-koncernen och erbjuder innovativa lösningar för hantering av webbsajter och e-post till både privatpersoner och företag. Pålitliga tjänster med engagerad personal till konkurrenskraftiga priser. [www.loopia.se](http://www.loopia.se)

**För mer information, kontakta:**

Jimmie Eriksson, vd för Loopia AB, +46(0)70-227 74 79, jimmie.eriksson@loopia.se

Andreas Flemsjö, webbstrateg på Loopia AB, +46(0)70-566 03 21, andreas.flemsjo@loopia.se

**Bilaga**Statistik från undersökningen till rapporten *Svenska företag på webben 2017.*

**“Har du en hemsida till företaget idag?”**

|  |  |
| --- | --- |
| Ja | 84,7% |
| Nej | 15% |
| Vet ej | 0,3% |

# **“Planerar du att skaffa en hemsida till företaget inom 12 månader?”**

|  |  |
| --- | --- |
| Ja | 33,8% |
| Nej | 48,7% |
| Vet ej | 17,5% |

**“Vilka av följande sociala medier är ditt företag aktivt i? (Välj flera alternativ)”**

|  |  |
| --- | --- |
| Facebook | 49,6% |
| Instagram | 22,5% |
| YouTube | 9,9% |
| Twitter | 9,2% |
| Google+ | 8,8% |
| LinkedIn | 21,7% |
| Snapchat | 0,6% |
| Annan | 6,9% |
| Ingen av ovanstående | 34,3% |
| Vet ej | 3,7% |

**“Hur viktiga är sociala medier för ditt företags försäljning?”**

|  |  |
| --- | --- |
| Mycket viktiga | 16,5% |
| Ganska viktiga | 21,9% |
| Inte så viktiga | 23,9% |
| Inte alls viktiga | 29,7% |
| Vet ej | 8% |

**“Vilka av följande kanaler använder du främst när du söker information om varor och tjänster på internet? (Välj de tre främsta alternativen)”**

|  |  |
| --- | --- |
| På Google och andra sökmotorer på internet | 97% |
| I forum på internet | 24% |
| Recensionssidor på internet (t ex reco.se) | 21% |
| Nyhetssidor på internet | 13% |
| I mina och andras sociala medier | 11% |
| Dagstidningar (tryckta) | 6% |
| Kvällstidningar (tryckta) | 1% |
| Livsstilsmagasin | 3% |
| Böcker | 1% |
| Min familj och mina vänner | 32% |

#

#

# **“Hur viktigt är det för dig att företag är aktiva på följande kanaler?”**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Mycket viktigt | Ganska viktigt | Inte så viktigt | Inte alls viktigt | Vet ej |
| Hemsida | 73% | 23% | 2% | 1% | 1% |
| Facebook | 4% | 18% | 36% | 40% | 2% |
| Instagram | 2% | 7% | 30% | 59% | 3% |
| YouTube | 1% | 8% | 30% | 58% | 4% |
| Twitter | 0% | 3% | 22% | 70% | 5% |
| Google+ | 6% | 11% | 17% | 56% | 9% |
| LinkedIn | 3% | 11% | 20% | 58% | 8% |
| Snapchat | 0% | 1% | 14% | 79% | 6% |

**Om undersökningen**

Två statistiska undersökningar genomfördes under juni 2017 i form av webbenkäter. Den ena genomfördes av Kantar Sifo på uppdrag av Loopia och baseras på 1 011 respondenter i Sverige, enbart förvärvsarbetande i åldrarna 20-65 år. Den andra undersökningen utgörs av 1 025 svarande företag i Sverige, Loopias kunder, men exklusive enskilda firmor.