



Kanalvalet 2024

En rapport om mottagare och deras kommunikationsval

21grams®

Fem år med Kanalvalet

Stefan Blomqvist är grundare och VD för 21grams. Varje år sedan 2019 har 21grams genomfört undersökningen Kanalvalet för att ta reda på hur mottagarna vill ha din kommunikation. Nu, fem år senare, kan vi se en tydlig förändring av människors val och inställning. Mitt i en period av allt snabbare utveckling inom digitaliserad kommunikation insåg Stefan och hans kollegor på 21grams vikten av att ta reda på mer.



Vad tycker egentligen mottagarna om alla dessa alternativ? När vill de ha digitala lösningar och när vill de ha ett fysiskt brev?

”Vi såg kluvenheten i människors beteenden. I ena änden vill man vara modern och smart och hänga med genom att skaffa smarta digitala lösningar, medan samma person kan gilla att sprätta upp ett klassiskt kuvert eller läsa en papperstidning.” säger Stefan. ”Vi som levererar kommunikationslösningar till företag som distribuerar alltifrån fakturor, reklam, brev – ja allt som deras kunder ska ta emot, insåg att vi behövde lära oss mer om deras kunders beteenden. Då utformade vi undersökningen Kanalvalet.”

Vad är den största insikten du gjort när du följt resultatet av Kanalvalet under åren?

”Framför allt är det just vikten av att som avsändare kunna vara flexibel i hur man kommunicerar med sina kunder, att det inte ska vara krångligt som avsändare att folks beteenden ändras över tid. Just därför ligger vi så rätt med våra tjänster på 21grams, genom att se till att möjliggöra kommunikation i alla kanaler trots att man har en inhomogen kundbas.”

Har ni gjort något nytt i årets Kanalvalet?

”Jadå. Över tid har vi behållit alla frågor för att se hur beteenden utvecklar sig och förändras över tid. Men vi försöker också alltid se till att lägga till någon ny fråga när det är relevant. I år handlar den om att ta

reda på vilka kommunikationskanaler som fungerar bäst för att någon ska nappa på ett erbjudande av något slag.”

”För första gången har vi också valt att ta med sociala medier som alternativ, trots att det normalt inte räknas som adresserad reklam. Lite förvånande för min del var det e-posten som på en totalnivå visade mest sannolikhet för att man ska reagera, söka mer information och tacka ja till ett erbjudande. Därefter kommer fysisk post. Men tydligt är att personer över 50 år fortsatt föredrar fysisk post för erbjudanden framför alla andra kanaler.”

I höst deltar du på ett antal events och kommer att presentera Kanalvalet på ett lite annorlunda sätt, kan du berätta mer?

”Javisst, med statistiken från Kanalvalet i grunden har vi tagit fram ett antal personporträtt, eller personas, som kommer att gestalta hur de tar till sig all kommunikation de får. Alltifrån den lite slarvige Wilmer utan fast inkomst och obefintliga rutiner till Kerstin som vill ha allt på papper och sätter in i pärmar varje månad. Vi vill genom de här porträtten visa att alla de här olika beteendena gör att du som avsändare måste anpassa dig till många olika kommunikationskanaler.”

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Stefan Blomqvist'.

Unika människor. Unika kanaler. Mångfald i kommunikation.

Din kundbas består av en brokig samling människor med olika vanor och beteenden. Det här påverkar hur de vill ha information för att ta den till sig, och också hur de vill betala sina fakturor. Idag gäller det mer än någonsin att du vet mer om dina kunder för att verkligen träffa rätt. Att nå fram, att få betalt – eller att få en reaktion överhuvudtaget kan vara avgörande.

När vi summerar vår årliga undersökning Kanalvalet, ser vi hur olika det faktiskt kan vara. Hur man bäst tar till sig av reklam, information eller vilket sätt man väljer att betala på är långt ifrån bara en fråga om ålder och kön. Vi är långt mer olika än så.

Känner du dina kunder?

Ja, inte personligen kanske. I årets presentation av Kanalvalet har vi valt att gestalta ett antal kundporträtt från verkligheten för att visa hur olika dina kunder faktiskt beter sig. Garanterat har du ett flertal personer i din kundbas som passar in på flera av beskrivningarna – och då blir det tydligt hur viktigt det är att kunna kommunicera i alla kanaler.

I årets artiklar om Wilmer, Kerstin, Eva, Stefan, Kennet och Maja får du bra ledtrådar till att kunna välja vilken kanal som passar vem, när och med vad.

Digitala brevlådorna har ökat förtroende

Generellt kan vi se att de digitala brevlådorna ökar i trovärdighet, med ett ständigt ökat förtroende för varje år vi gjort undersökningen. Digitala brevlådorna knappar in på e-fakturan även när det gäller att använda dem för betalningar. Tidigare har vi sett tendenser att även om man fått fakturor i sin digitala brevlåda, har man valt att gå över till internetbanken för att utföra själva betalningen. Men för varje år, med enklare utformade betalningslösningar, ser vi en ökning av andelen som stannar kvar i den

digitala brevlådan och betalar där.

Det område som verkligen sticker ut i årets undersökning är vilken kanal man föredrar för påminnelser eller inkasso. Där har de digitala brevlådorna ett tydligt övertag och ligger absolut högst.

Bland de digitala brevlådor som finns i Sverige, är Kivra den absolut mest kända, där hela 99% känner till den. Långt mer än Min Myndighetspost och Billo med sina 28% respektive 12%.

Fysiska brev fortsatt bäst för reklam och välgörenhet

De fysiska brevens tid är absolut inte förbi! Vi ser tydligt att det är den kanal som är absolut mest önskad när det gäller både reklam och information från välgörenhetsorganisationer.

Urval och syfte

Kanalvalet är en beställd undersökning utförd av Norstat på uppdrag av oss på 21grams. Syftet är att ta reda på hur mottagarna ser på den kommunikation de får från olika avsändare i olika kanaler.

Undersökningen genomfördes i oktober 2023. Sammanlagt svarade 1 024 personer i Sverige på en digital enkät, jämnt fördelade i ålder, geografi och kön.



Mikael Bånnsgård
Marknadschef och projektledare

Urval

Ålder & kön	Totalt 1024	Man 520	Kvinna 501	Icke-binär 3	18-34 316	35-49 278	50-75 430
17-34	31%	31%	30%	42%	100%		
35-49	27%	27%	27%	31%		100%	
50-75	42%	42%	42%	27%			100%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Geografi	Totalt 1024	Man 520	Kvinna 501	Annat 3	17-34 316	35-49 278	50-75 430
Stockholm	23%	24%	22%		25%	24%	20%
Östra Mellansverige	17%	16%	17%	42%	20%	14%	16%
Småland med öarna	8%	8%	7%		9%	8%	6%
Sydsverige	15%	16%	14%	31%	13%	14%	18%
Västsverige	21%	20%	22%		17%	25%	21%
Norra Mellansverige	7%	7%	8%	27%	6%	8%	8%
Mellersta Norrland	4%	5%	4%		4%	3%	5%
Övre Norrland	5%	5%	6%		6%	5%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Resultat

- 16 Möjlighet att påverka
- 17 Förtroende
- 19 Fakturor & betalningar
- 31 Påminnelse & Inkasso
- 35 Hyresavier
- 37 Bank, försäkring & pensionsbesked
- 41 Kommunikation från myndighet & kommun
- 43 Adresserad reklam
- 45 Brev från välgörenhets- & insamlingsorganisationer
- 47 Lönebesked
- 51 QR-koder
- 55 Digitalisering
- 55 Kännedom om digitala brevlådor

Lär känna dina kunder



Kennet
Kennet planerar och gör budget, sid 20



Stefan
Stefan letar brevlådor, sid 24



Kerstin
Kerstin gillar pärm, sid 30



Maja
Maja på väg att bli vuxen, sid 40

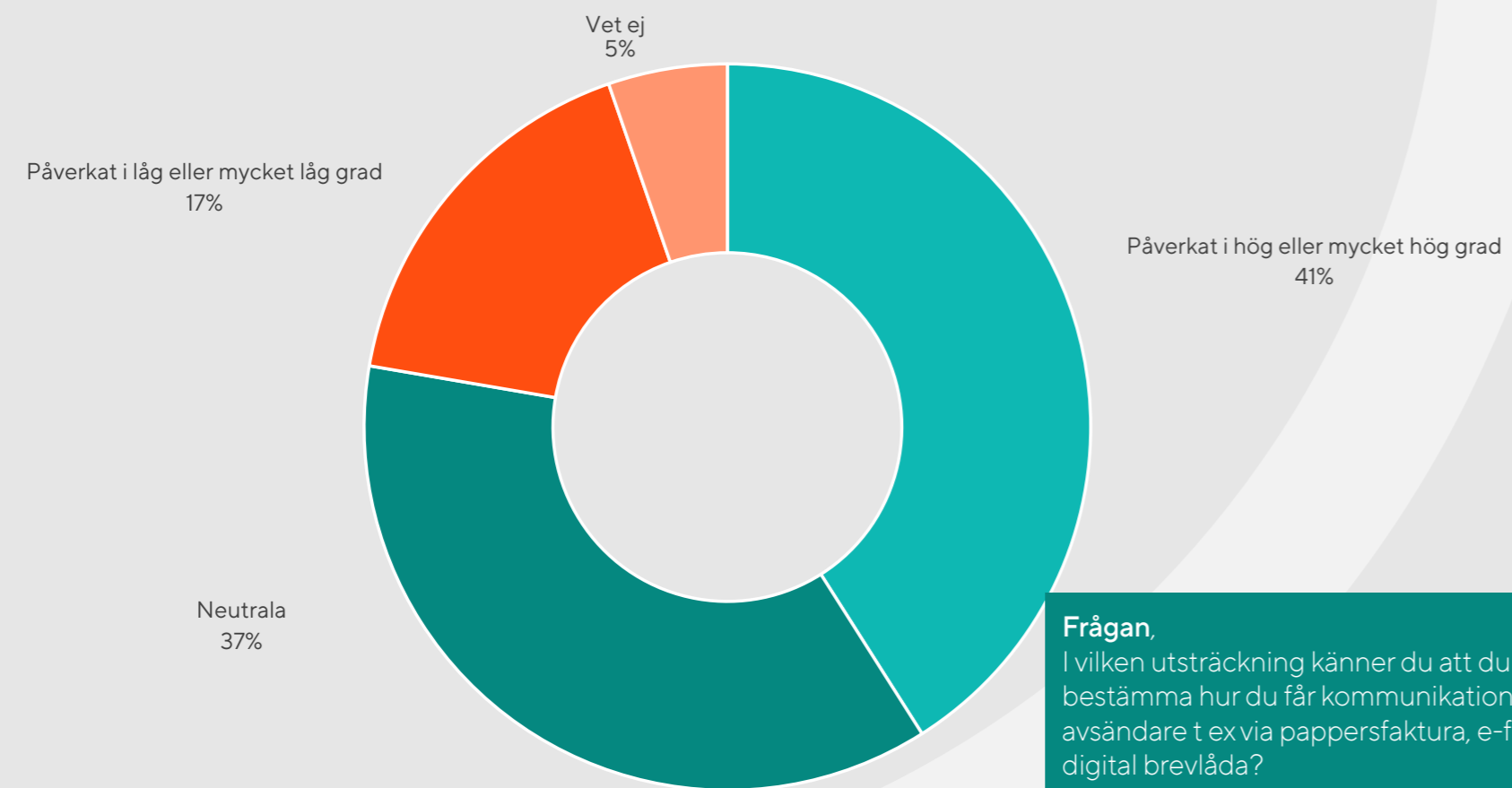


Wilmer
Wilmer har inga rutiner, sid 44



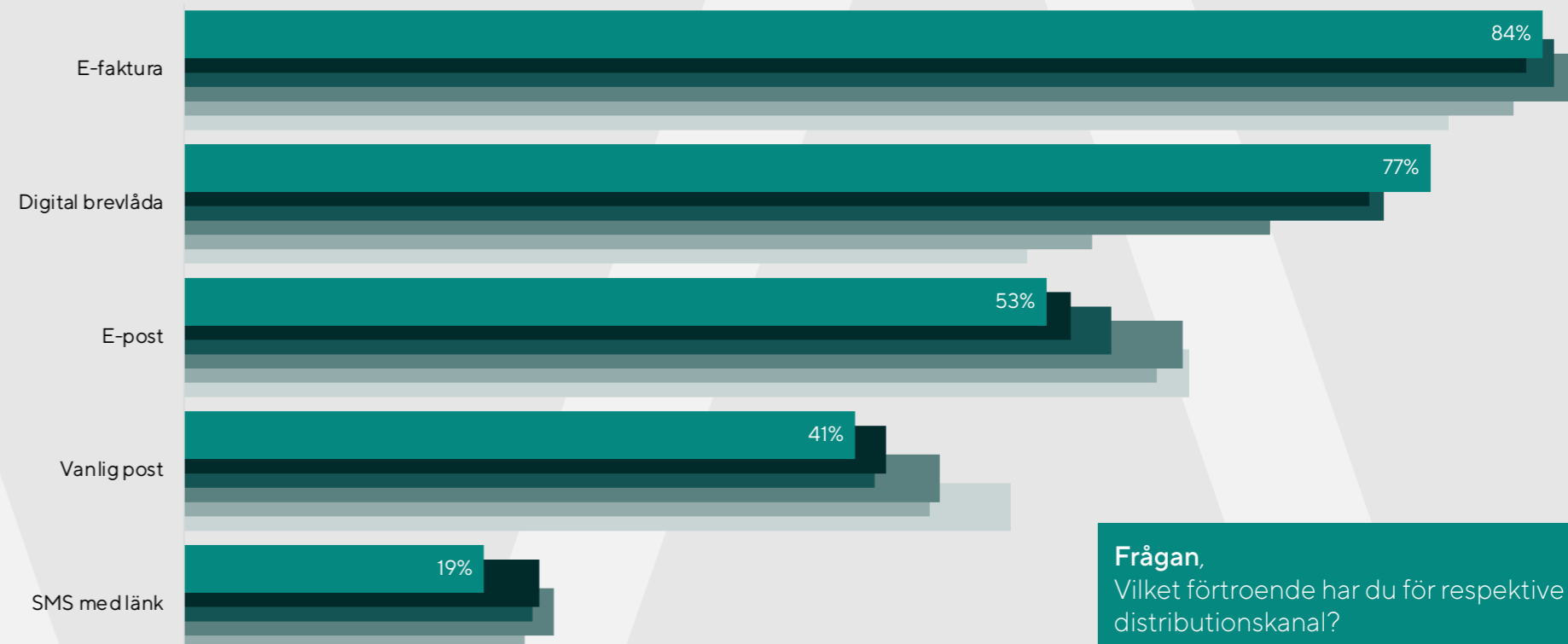
Eva
Eva är en digital nomad, sid 48

Möjlighet att påverka



Frågan,
I vilken utsträckning känner du att du får bestämma hur du får kommunikation från olika avsändare t ex via pappersfaktura, e-faktura eller digital brevlåda?

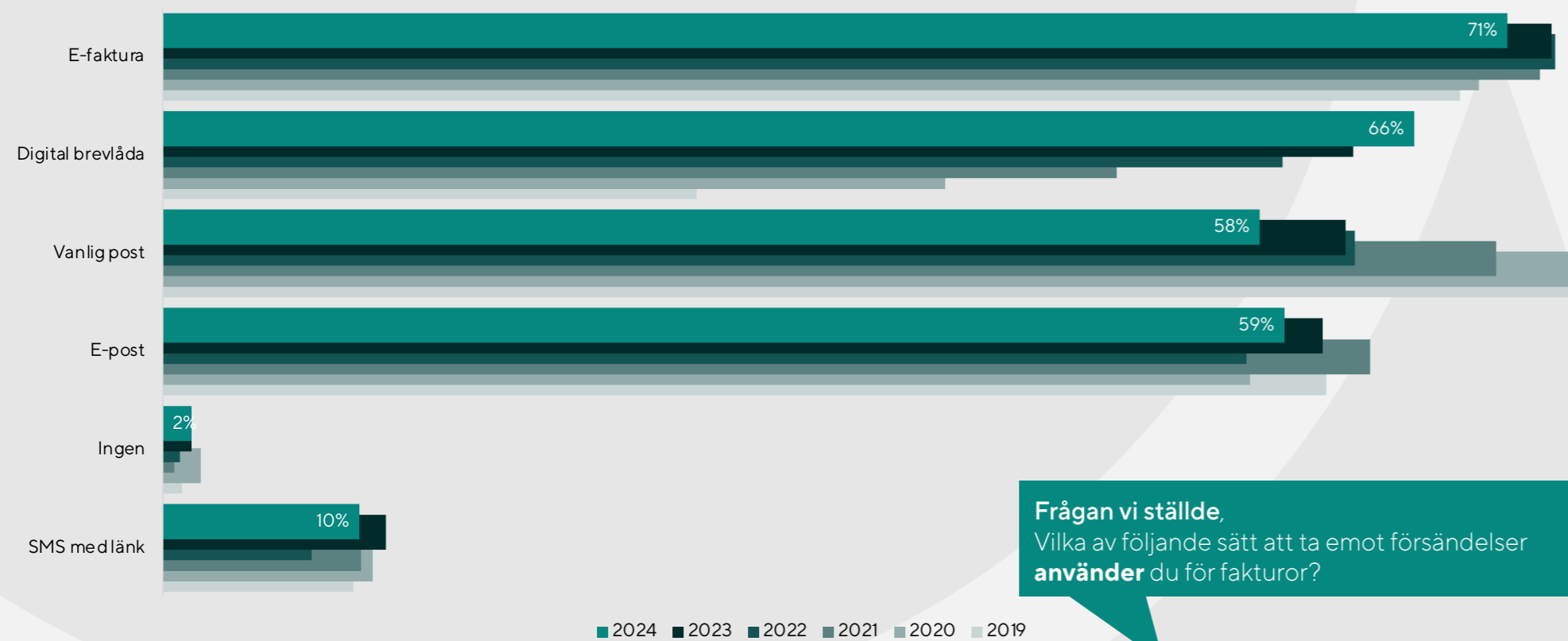
Förtroende



Frågan,
Vilket förtroende har du för respektive distributionskanal?

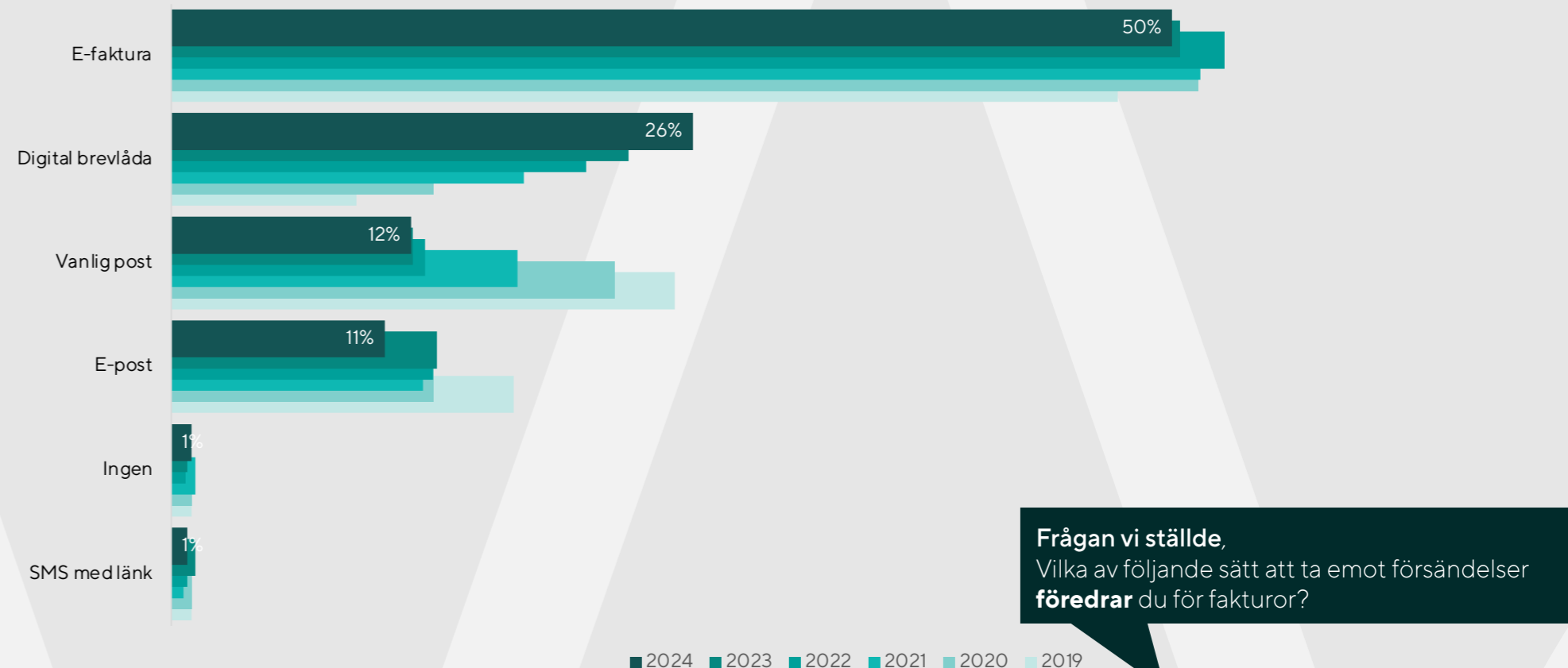
Fakturer & betalningar

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
använder du för fakturor?

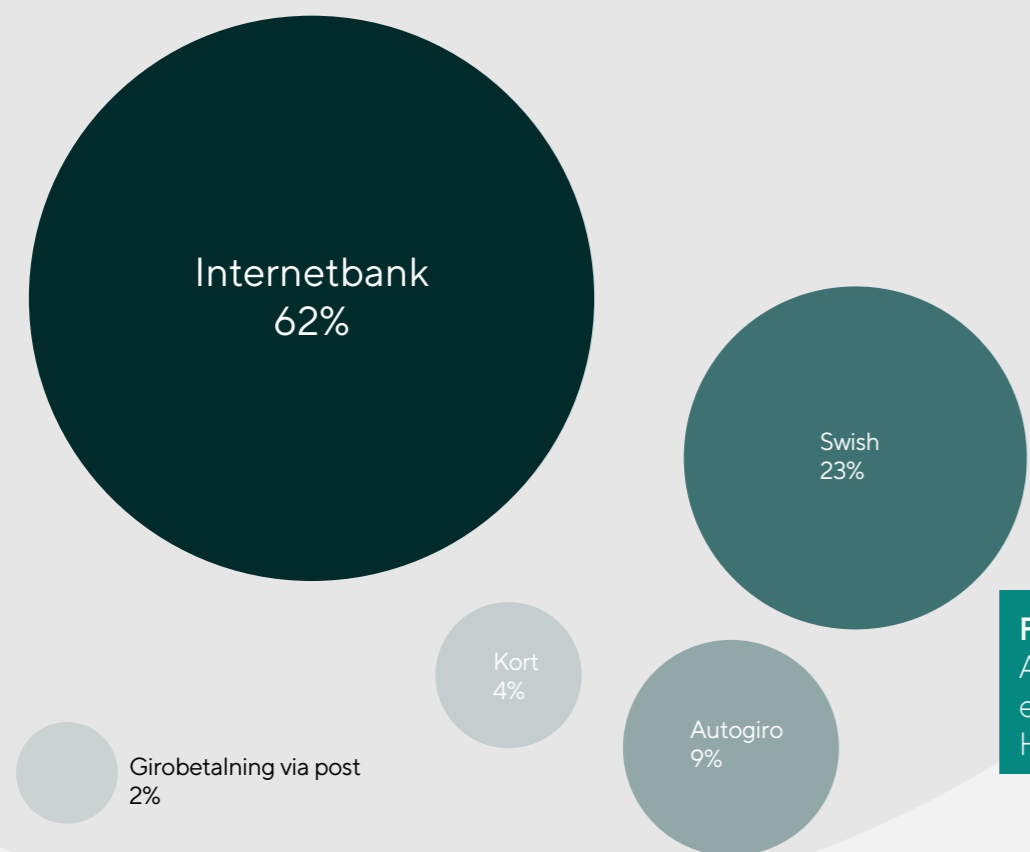
Vilken kanal föredrar du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
föredrar du för fakturor?

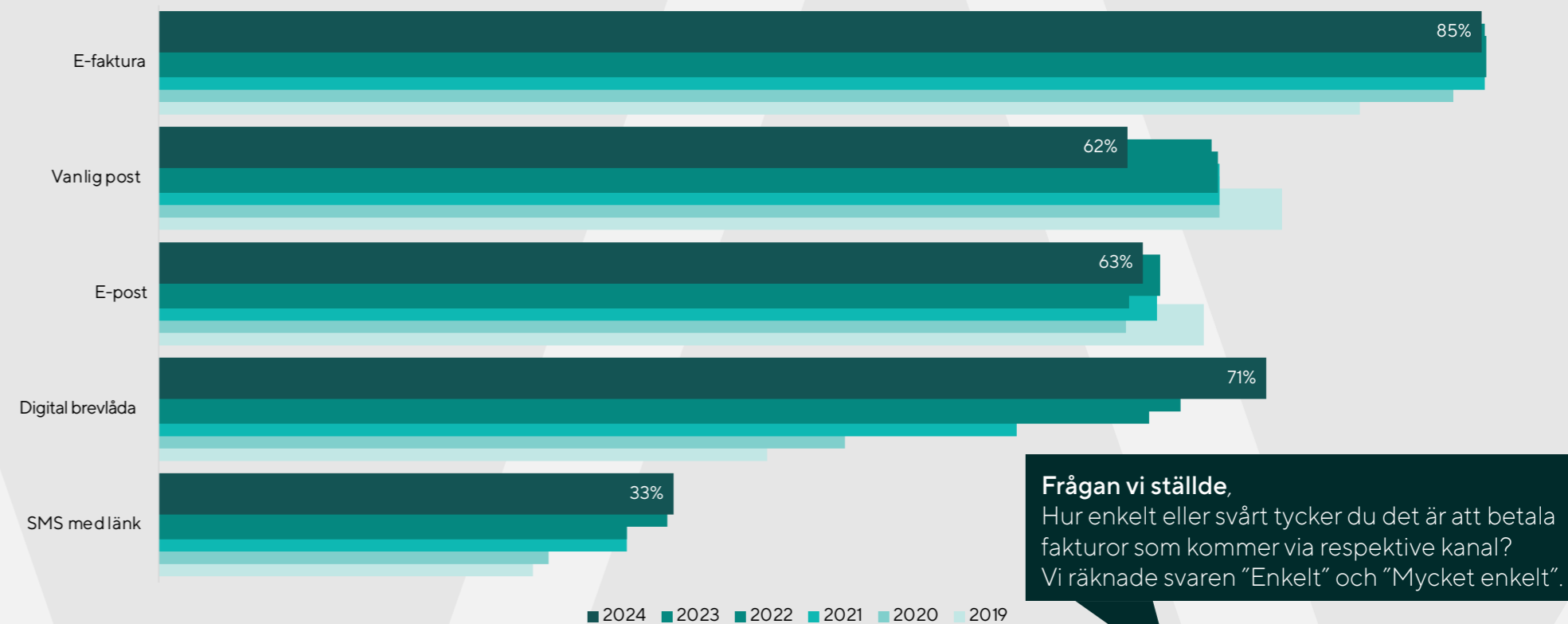
Fakturer & betalningar

Hur föredrar du att betala?



Frågan vi ställde,
Antag att du fått en faktura med antingen vanlig post, e-post, eller som SMS med länk till fakturadokument. Hur skulle du helst vilja betala denna faktura?

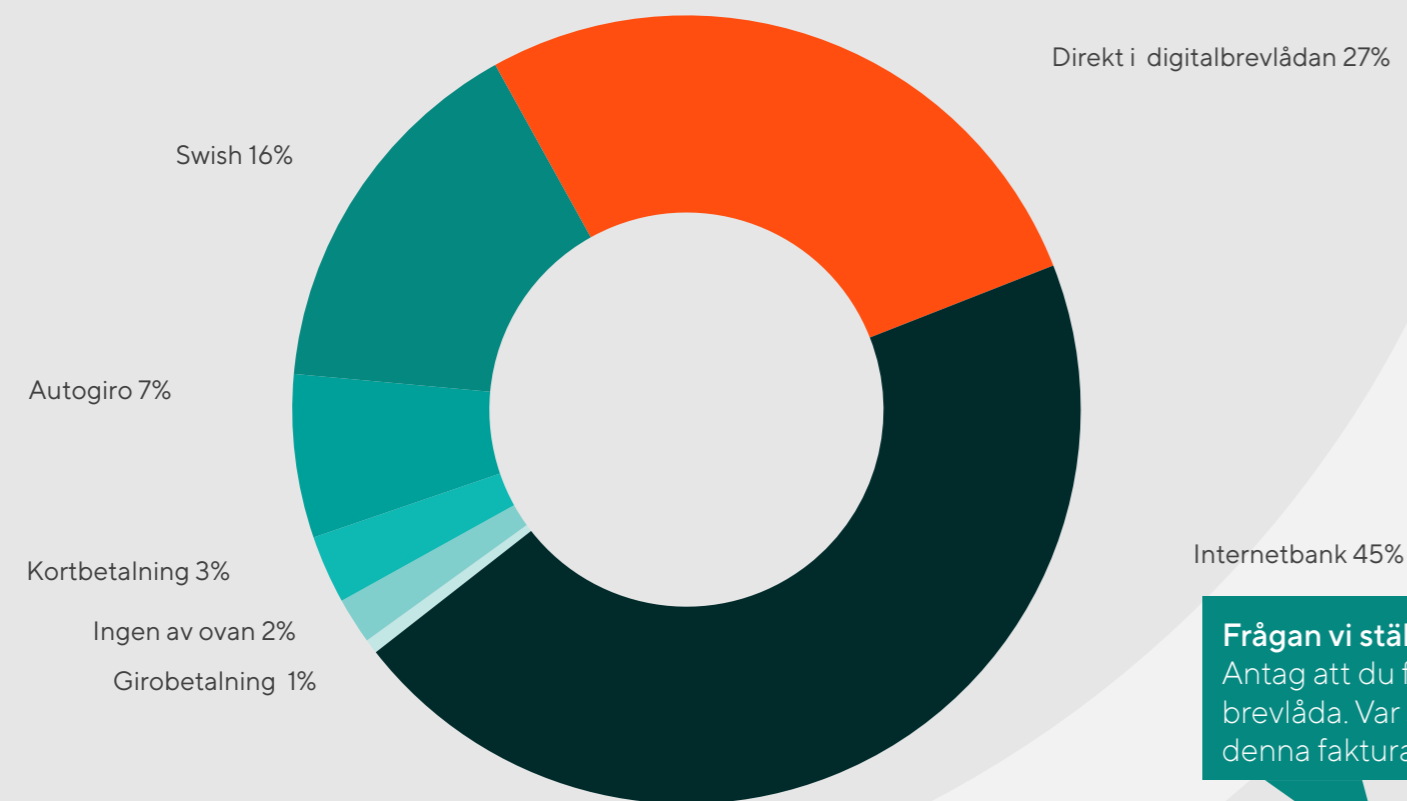
Enkelhet



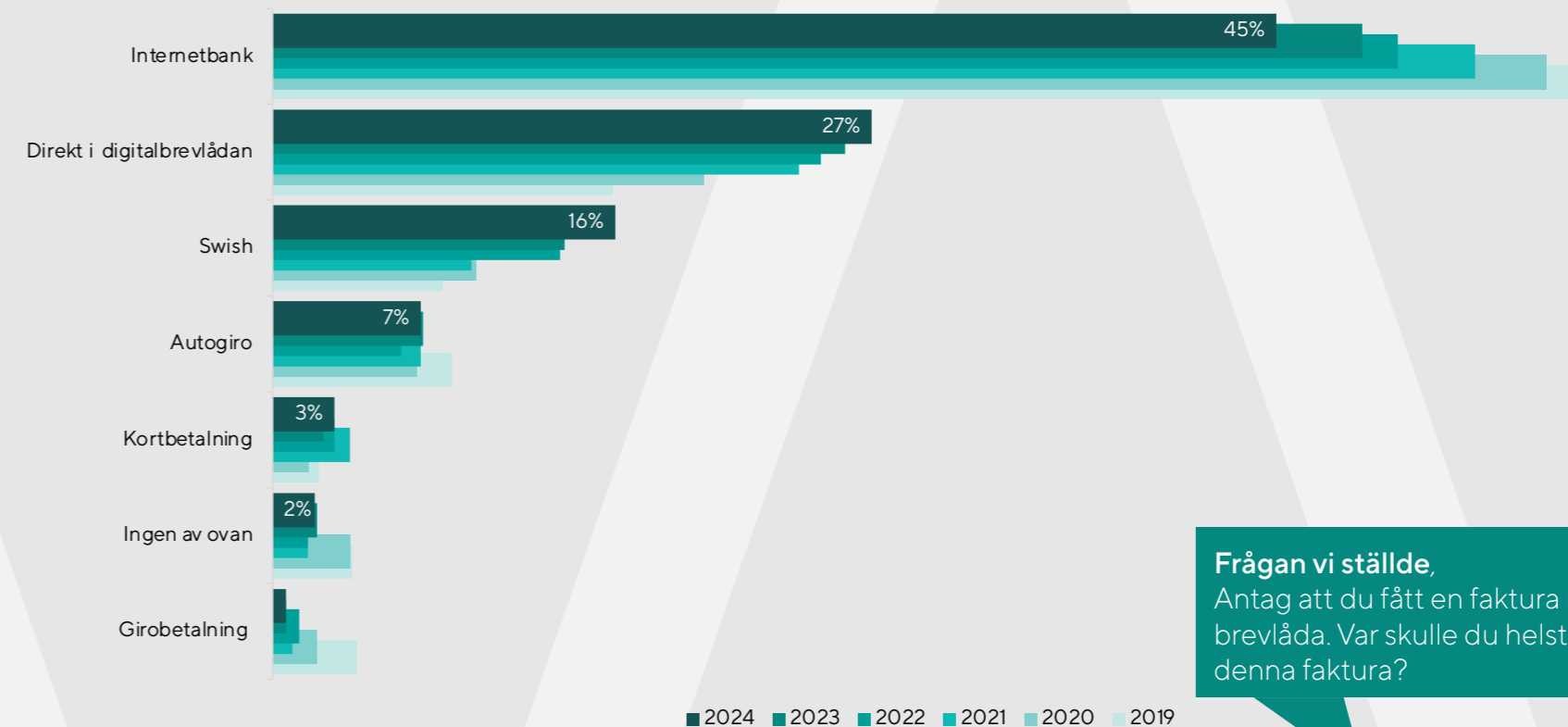
Frågan vi ställde,
Hur enkelt eller svårt tycker du det är att betala fakturer som kommer via respektive kanal? Vi räknade svaren "Enkelt" och "Mycket enkelt".

Fakturer & betalningar

Var vill du betala när fakturan kommer digitalt?



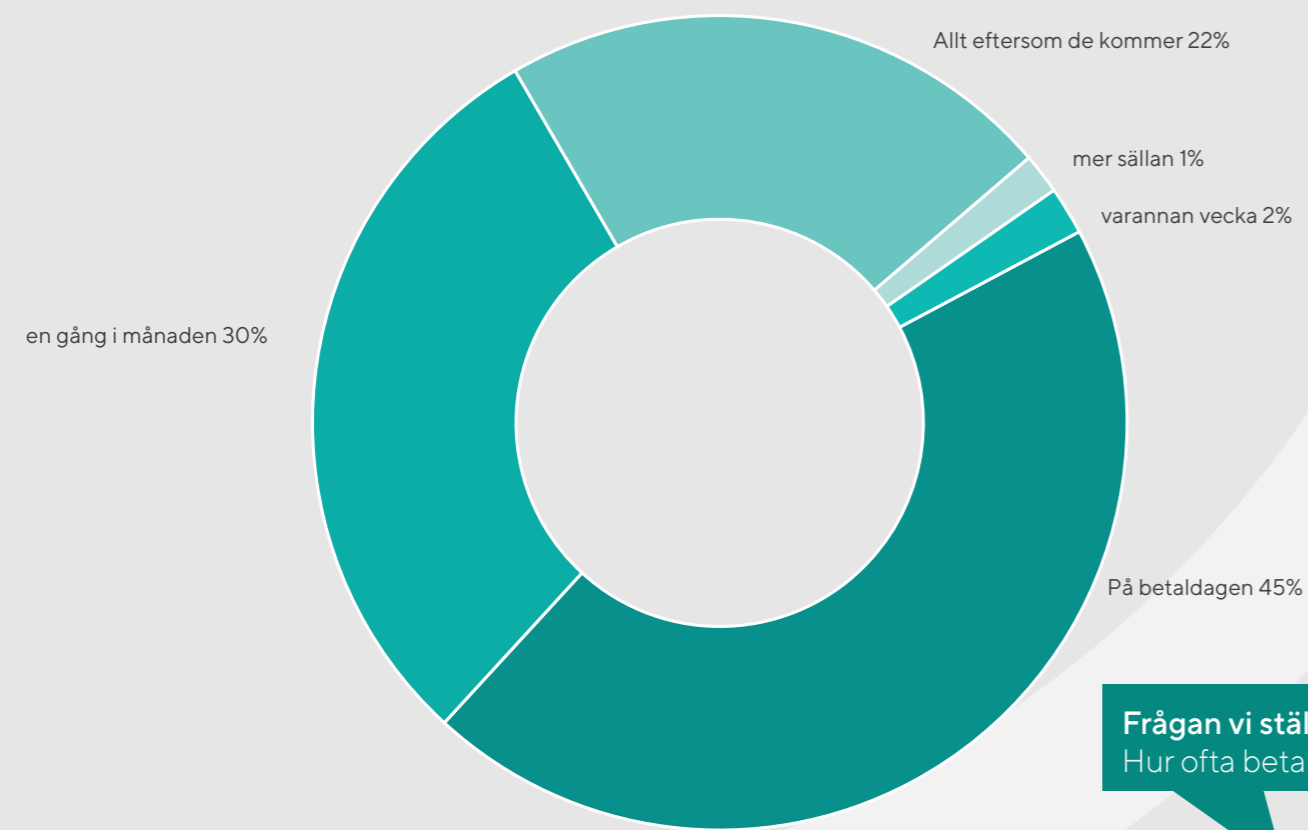
Frågan vi ställde,
Antag att du fått en faktura i din digitala brevlåda. Var skulle du helst vilja betala denna faktura?



Frågan vi ställde,
Antag att du fått en faktura i din digitala brevlåda. Var skulle du helst vilja betala denna faktura?

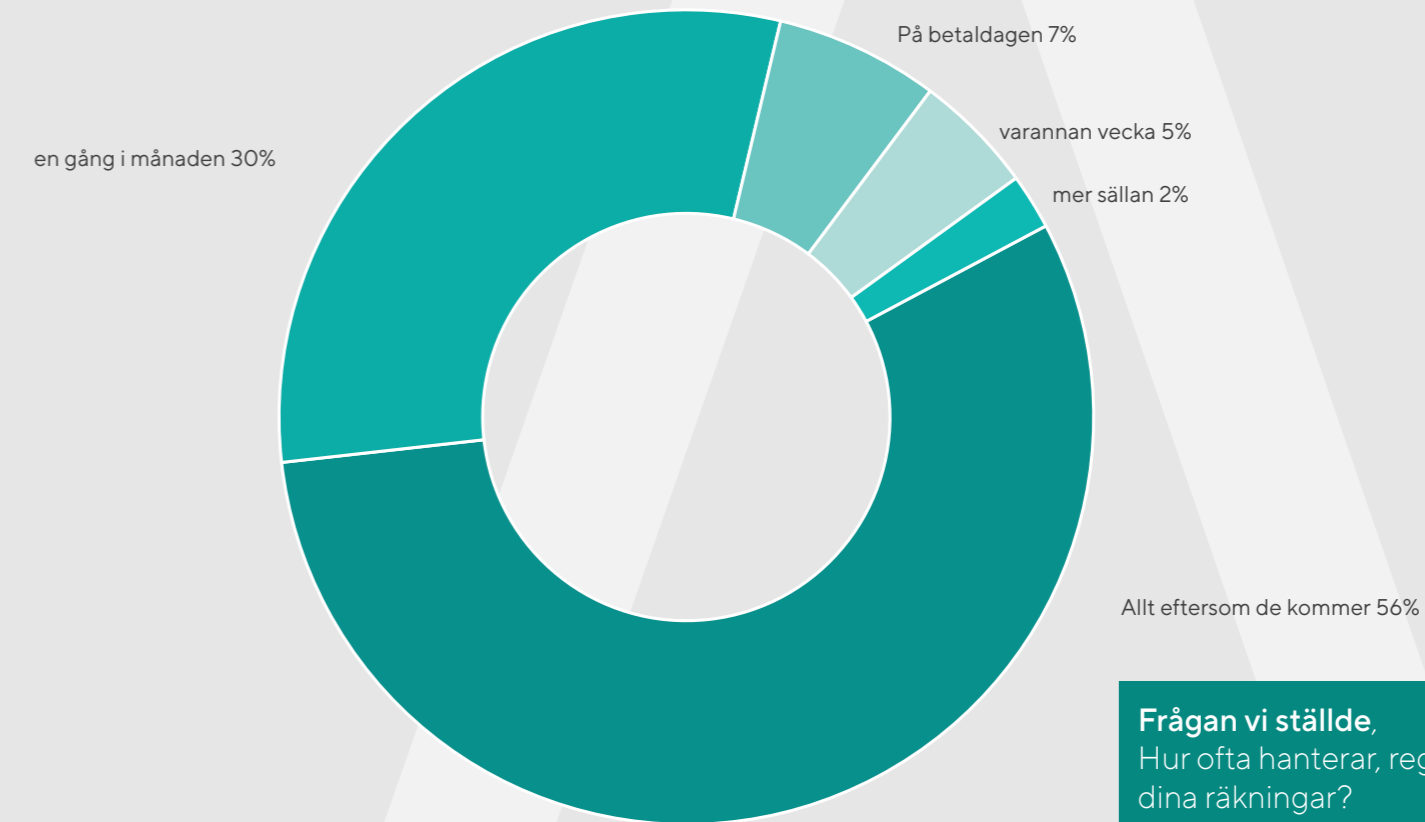
Fakturor & betalningar

Hur ofta betalar man?



Frågan vi ställde,
Hur ofta betalar du in dina räkningar?

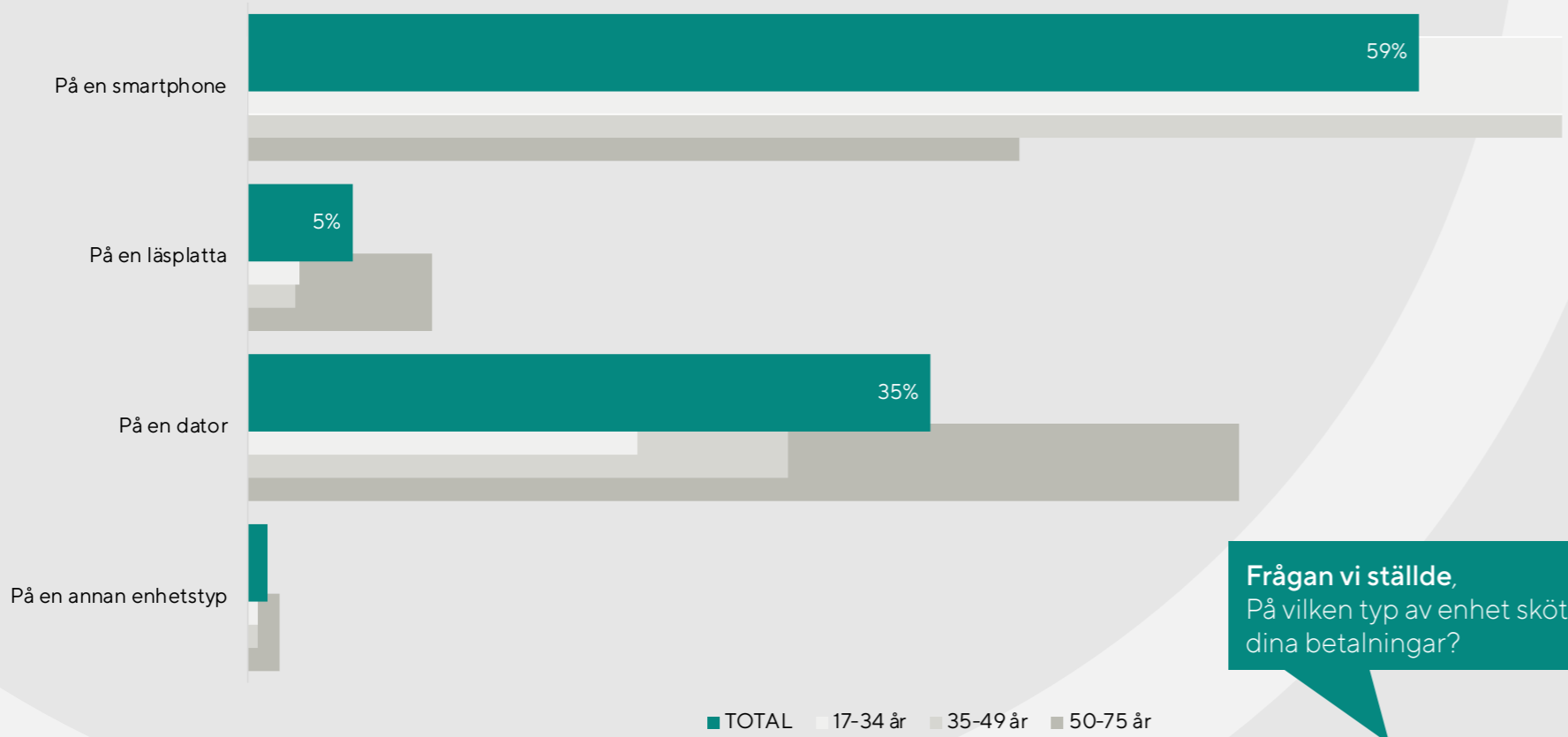
Hur ofta registrerar man?



Frågan vi ställde,
Hur ofta hanterar, registrerar och knappar du in dina räkningar?

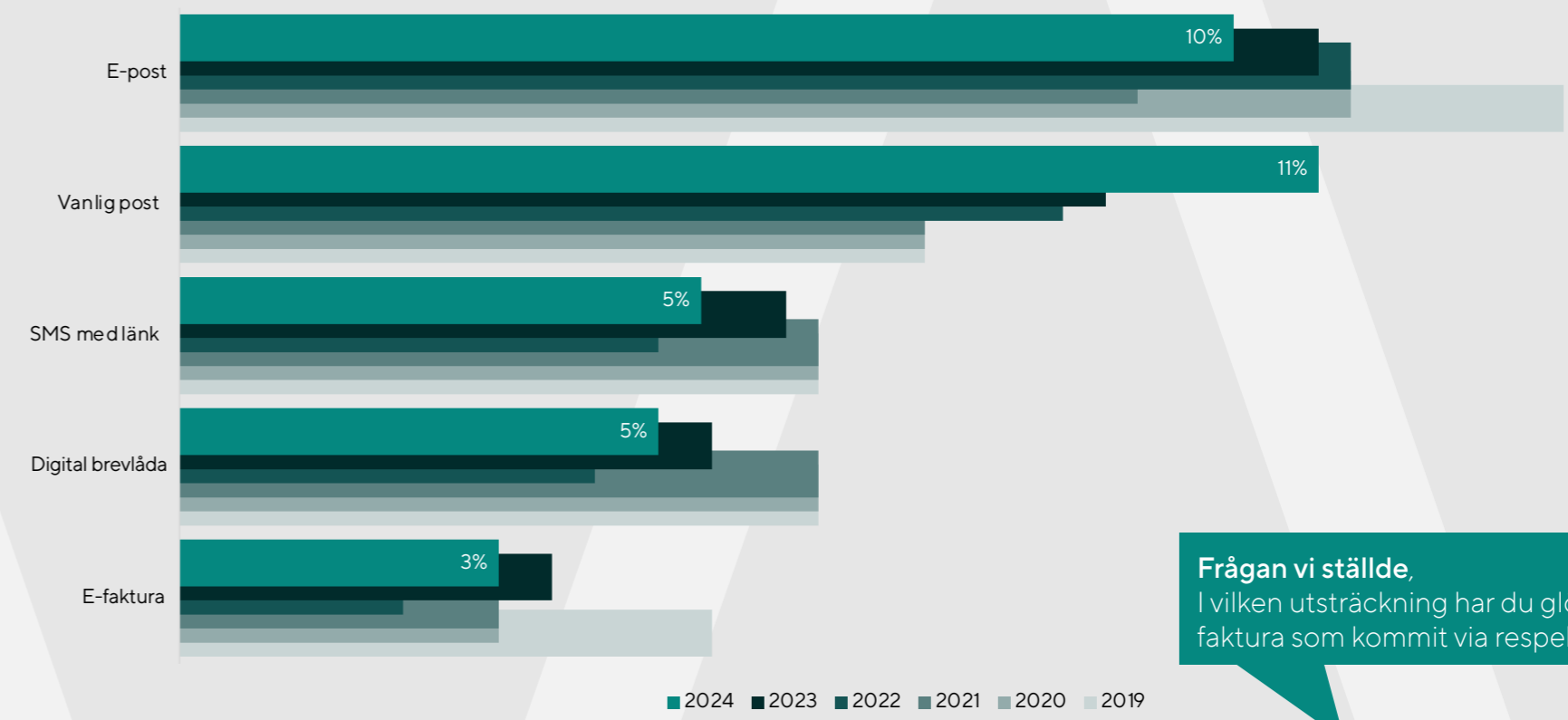
Fakturor & betalningar

På vilken enhet



Frågan vi ställde,
På vilken typ av enhet sköter du helst dina betalningar?

Är det lätt att glömma?



Frågan vi ställde,
I vilken utsträckning har du glömt att betala en faktura som kommit via respektive kanal?

“Jag gör budget och planerar min ekonomi.”



Kennet är familjens projektledare. Han håller ordning och planerar och gillar Excel och listor.

Ingen kund är den andre lik. Att få dina kunder att ta emot ditt budskap och betala just din faktura handlar mycket om rätt metod och tajming. Som avsändare behöver du anpassa dig till dina kunders olika önskemål. Utgå inte bara från dig själv, utan se hur olika det kan vara. **Läs hur det är för Kennet.**

När Kennet startar sin dator på morgonen är det Excel som autostartar först. Det är Kennets favoritprogram, förutom Dokument utifrån på SVT, och Studio Ett på P1 i radion.

Kennet gillar att planera, göra listor och skapa ordning. Han har skapat en budget för familjen som tydligt visar de återkommande kostnaderna, och som visar rött vid avvikelser, som när elräkningen blir för hög.

Det är också Kennet som skapar listor för vad som behöver fixas på huset, och betar av dem i snabbare takt än det kommer upp nya. Han är medlem i byggvaruhusets och mataffärernas kundklubbar, så när det kommer adresserad reklam från dem är det han som sprättar upp och läser. Kennet gillar bra erbjudanden och har inget emot att åka mellan tre olika mataffärer för att hitta de bästa erbjudandena.

Ordning och reda – dags att betala.

Den 27:e varje månad är det dags för Kennet att logga in på sin internetbank och göra i ordning månadens finanser. Där ligger alla e-fakturor och väntar på hans signering. Kennet skriver ut dem på papper och går igenom varje faktura noggrant och kontrollerar så att inget blivit fel. Sedan lägger han in dem, var och en, exakt på förfallodagen, för betalning. Utskriften sätter han in i en pärm bakom rätt flik. Sedan för han in alla månadens kostnader i sitt Excel-ark för att få överblick på hur månadens kostnader ser ut.

“Alla räkningar kommer som e-fakturor och jag betalar dem på förfallodagen. Exakt den dagen, inte före eller efter.”

Just den här månaden blev det ett litet störningsmoment i ordningen. En hantverkare de haft hemma för att utföra ett litet jobb på huset, skickade en betallänk på SMS där Kennet förväntades betala räkningen. Det passar säkert vissa, men för Kennet var det en udda lösning som medförde ett extra moment. Men beloppet han betalade, fördes såklart in i Excel-arket under “Övriga underhållskostnader hus”. Han skrev ut kvittot och satte in det i sin räkningspärm. Kennet är både digital och analog på en gång.

Att läsa reklam

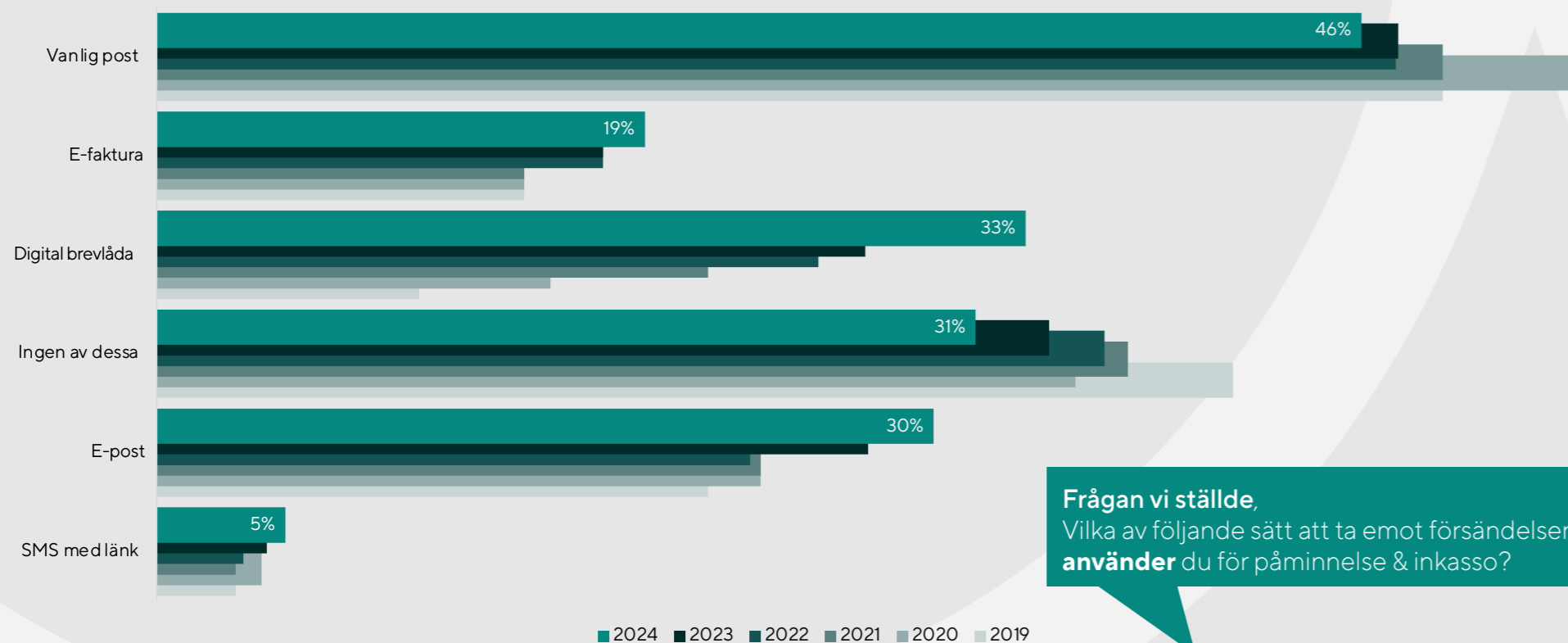
Kennet gillar reklam – eftersom det ger bra erbjudanden. Den som kommer i hans namn är extra bra, eftersom han vet att det är exakt de erbjudanden som passar honom. Men han gillar också de vanliga reklambladen från affärerna i närheten. Där kan man göra de riktiga klippen.

Känner du Kennet?

Kennet är bara en av alla dina kunder. Läs mer om Wilmer, Kerstin, Stefan, Eva och Maja som alla har sina unika vanor och önskemål.

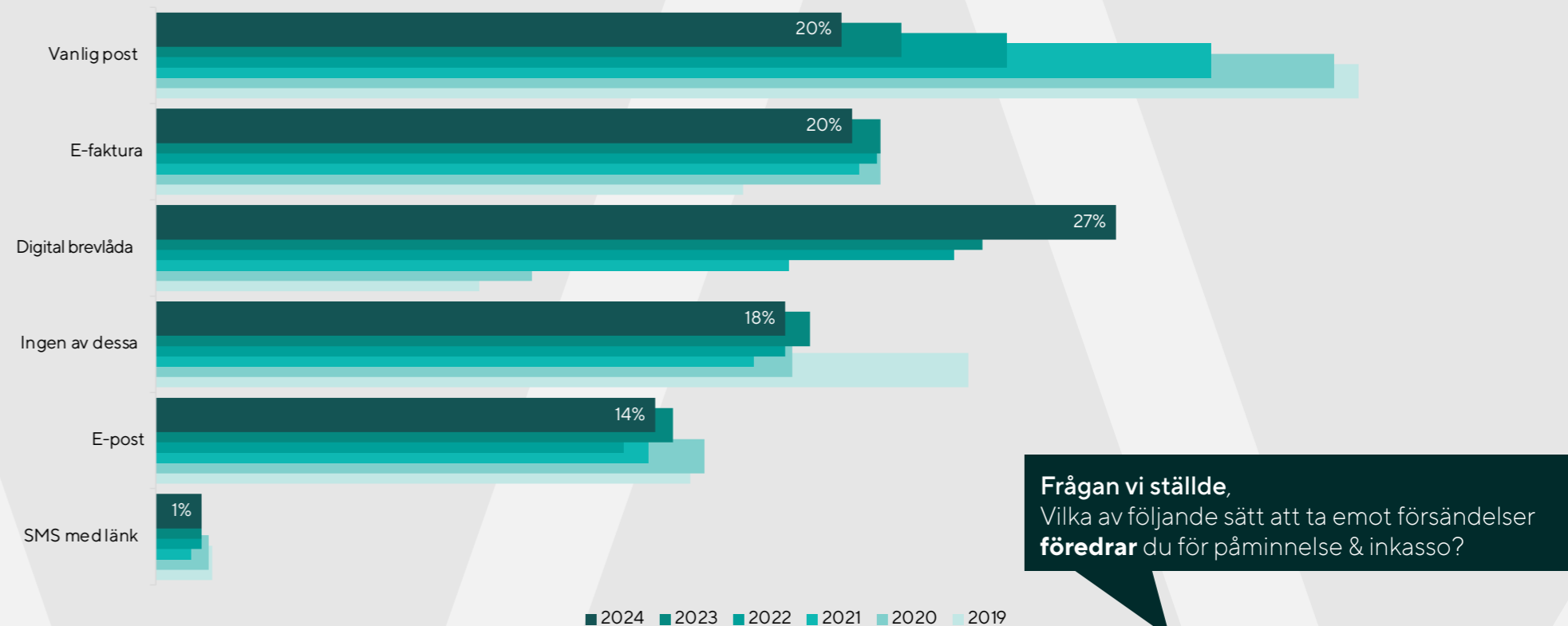
Påminnelse & Inkasso

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
använder du för påminnelse & inkasso?

Vilken kanal föredrar du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
föredrar du för påminnelse & inkasso?

“Var fasen var det jag fick den fakturan?”



Stefan jagar runt efter all post och fakturor som kommer på olika ställen varje gång. I alla fall känns det så.

Ingen kund är den andre lik. Att få dina kunder att ta emot ditt budskap och betala just din faktura handlar mycket om rätt metod och tajming. Som avsändare behöver du anpassa dig till dina kunders olika önskemål. Utgå inte bara från dig själv, utan se hur olika det kan vara. **Läs hur det är för Stefan.**

När månaden närmar sig till slut känner sig Stefan lite som en multikonstnär som jonglerar med kängor samtidigt som han hoppar hopprep och knyter skorna på en gång. Nja, lite överdrivet kanske. Men som självpåtagen “ekonomiansvarig” i familjen kan det kännas lite så ibland. Att hitta och få iväg betalningar för alla månadens räkningar kan ibland kännas som att leta sig fram i en labyrint i en tät djungel.

Först det här att hitta alla räkningar och fakturor som kommer till Stefan på alla olika vis. Den här månaden kom det några som e-fakturor i internetbanken, ett par i den digitala brevlådan och sedan var det visst något mail som innehöll en pdf-faktura som måste letas upp. Sedan var det visst någon insamling för en avtackning av dotterns mentor i skolan också.

“Tänk om det såg ut så här i den fysiska världen, då skulle jag behöva en hel dag för att springa runt och leta olika brevlådor, och ha koll på nycklar och koder för att komma in i dem.”

Ibland brukar Stefan tänka på hur det skulle se ut hur det här hade varit i form av fysiska brev, och att det fanns en brevlåda för varje ställe där posten och

räkningarna skulle kunna dyka upp. Då skulle man få springa runt och leta ett bra tag efter de olika postlådorna och lista ut hur man skulle komma åt dem. “Var är nyckeln till den där röda brevlådan bakom carporten och vad var det för kodlås till den där gröna boxen på grindstolpen? Och var är de andra lådorna, har jag tömt alla?”

Har jag fått med allt nu då?

Stefan känner alltid en lite gnagande oro över att ha missat något. Var det inte något SMS som kom om att betala något, var det något om lagkassan i sonens fotbollslag eller några lotter som dottern skulle sälja för sitt basketlag? Eller kom det på Whats App – eller på Messenger?

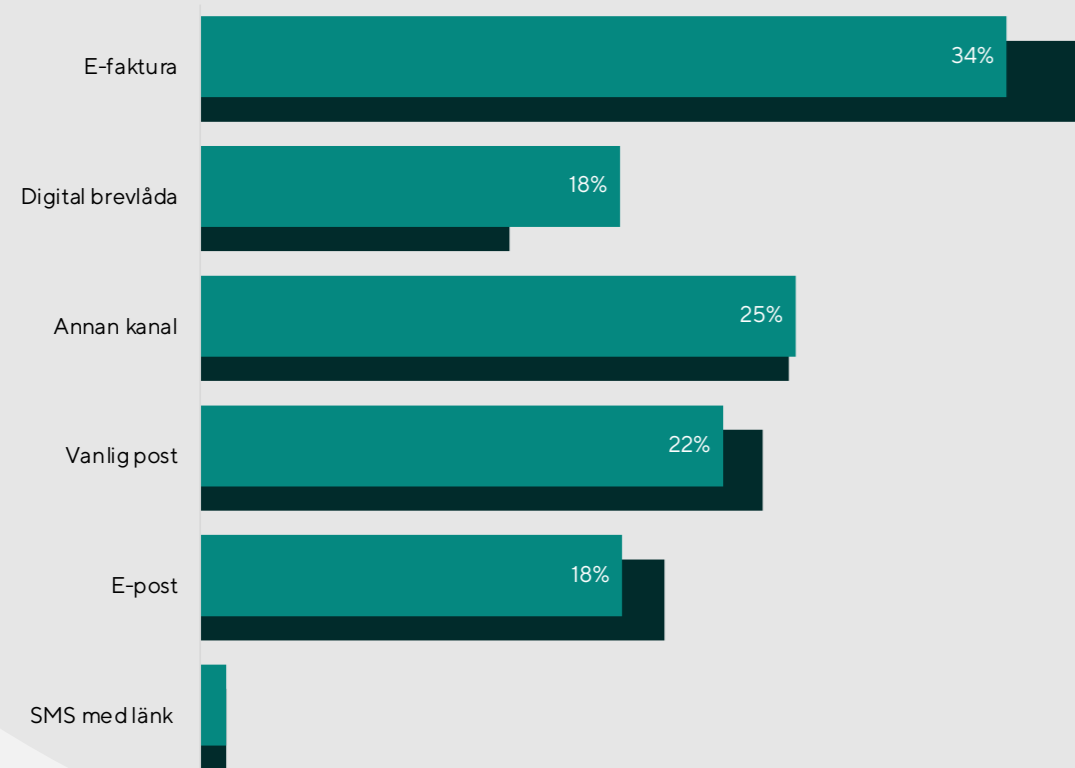
Till nästa månad har Stefan lovat sig själv att bli bättre. Samla ihop alla räkningar direkt när de kommer så att man inte missar något. Det finns roligare saker än att springa runt och leta brevlådor.

Känner du Stefan?

Stefan är bara en av alla dina kunder. Läs mer om Wilmer, Kerstin, Kennet, Eva och Maja som alla har sina unika vanor och önskemål.

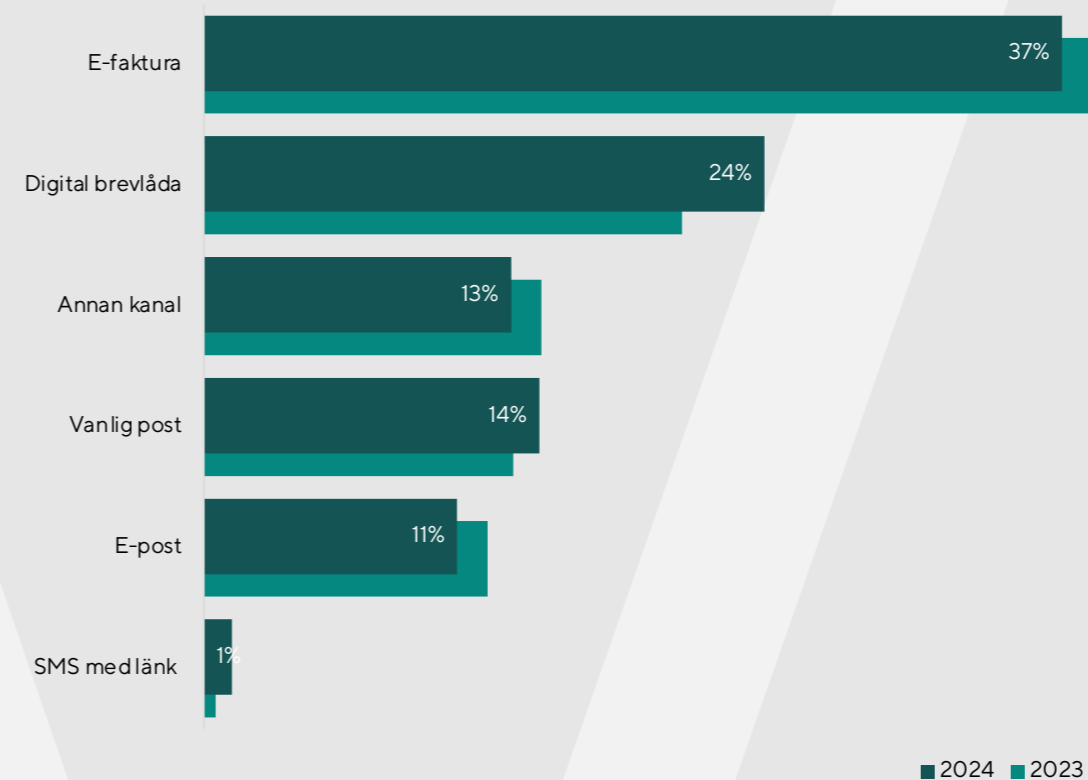
Hysesavier

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
använder du för hyresavier eller motsvarande?

Vilken kanal föredrar du?

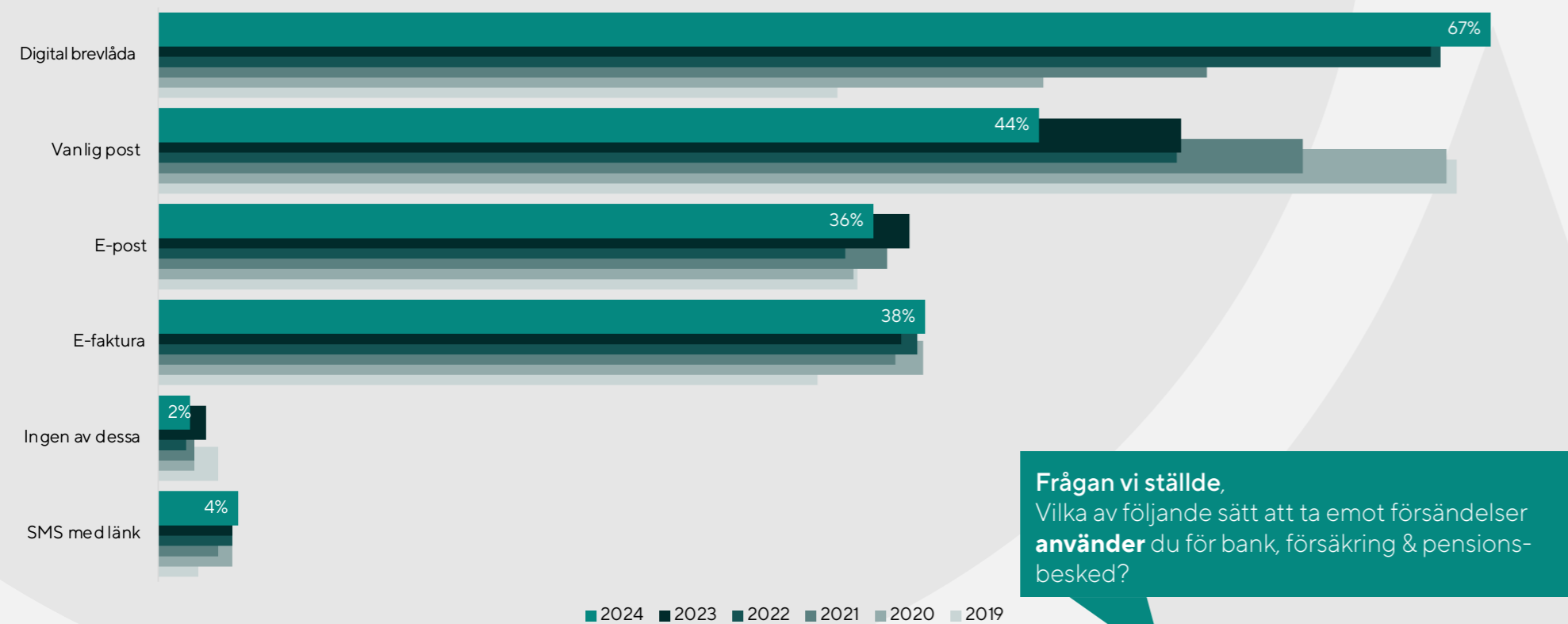


Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
föredrar du för hyresavier eller motsvarande?

■ 2024 ■ 2023

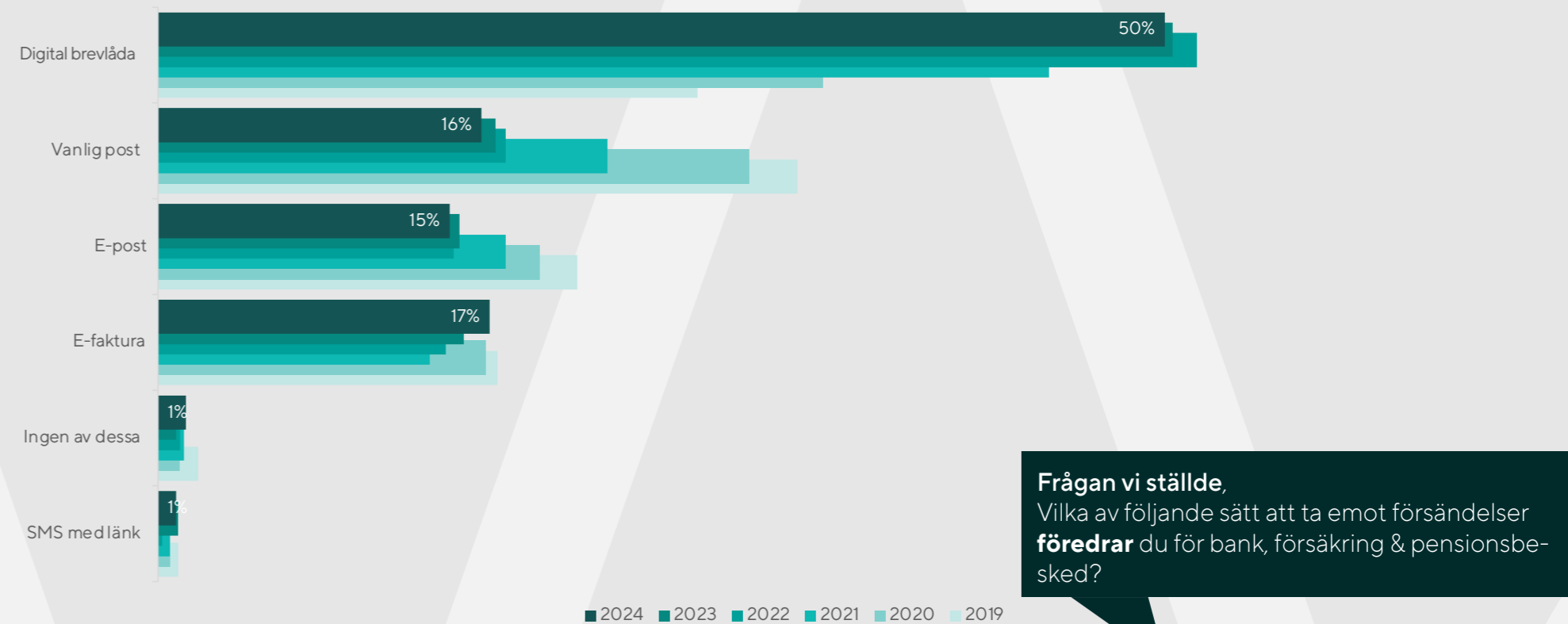
Bank, försäkring & pensionsbesked

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
använder du för bank, försäkring & pensions-
besked?

Vilken kanal föredrar du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
föredrar du för bank, försäkring & pensionsbe-
sked?

”Jag gillar att få allt på papper.”



Kerstin skapar ordning med hålslagare och pärm. Hon vill ha sina räkningar och brev fysiskt.

Ingen kund är den andre lik. Att få dina kunder att ta emot ditt budskap och betala just din faktura handlar mycket om rätt metod och tajming. Som avsändare behöver du anpassa dig till dina kunders olika önskemål. Utgå inte bara från dig själv, utan se hur olika det kan vara. **Läs hur det är för Kerstin.**

I Kerstins papperskalender är det en markering den 25:e varje månad. Då är det dags att samla ihop månadens räkningar från korgen på hemmaskrivbordet och skriva in dem på bankgiroblanketten. Alltsammans läggs i det särskilda bankgirokuvertet och klistras igen. Fram med hålslagaren och in i pärmen för räkningar, en flik för varje typ av räkning. Det här är Kerstins sätt att skapa ordning och reda och överblick.

När kuvertet med räkningar är klart tar Kerstin och hennes sambo Lars bilen ner till det lilla centrumet i närheten och postar kuvertet. Sedan har det blivit tradition att gå och ta en kaffe och bakelse på det lilla fiket bredvid den gula brevlådan. ”Räkningsfika” kallar de det, och den infaller en gång i månaden.

Räkningar ska komma på papper

Kerstin vill ha alla räkningar på papper, hem i brevlådan. Skulle de börja komma i mail eller på annat sätt är det risk att de försvinner, känner Kerstin. För ett tag sedan hade de en rörmokare hemma som gjorde ett jobb. Han ville ha betalt direkt via Swish, men då ringde hon dottern för säkerhets skull, som kunde betala så länge.

”Jag är alltid lite orolig att jag missar något när det kommer på mail istället för i brevlådan.”

När de kom hem från ”räkningsfikat” träffade de en granne i trappuppgången som berättade att det hade varit ett informationsmöte om den nya tvättstugen. Kerstin hade helt missat inbjudan till mötet, för den hade visst bara skickats ut via e-post. Visserligen har hon mail, men det var nog någon vecka sedan hon kollade där. Hon önskar att hyresvärden hade kunnat lägga lappar i brevlådan istället.

Information från Pensionsmyndigheten och banken – som ett brev på posten

I mitten av januari kommer det stora orangea kuvertet från Pensionsmyndigheten. Som tur är kan Kerstin fortfarande få det hem i brevlådan som ett ”riktigt” kuvert, även om hon vet att andra väljer att få det till sin digitala brevlåda. Samma sak med kontoutdragen från banken, de kommer varje månad från banken och sätts in i en särskild pärm.

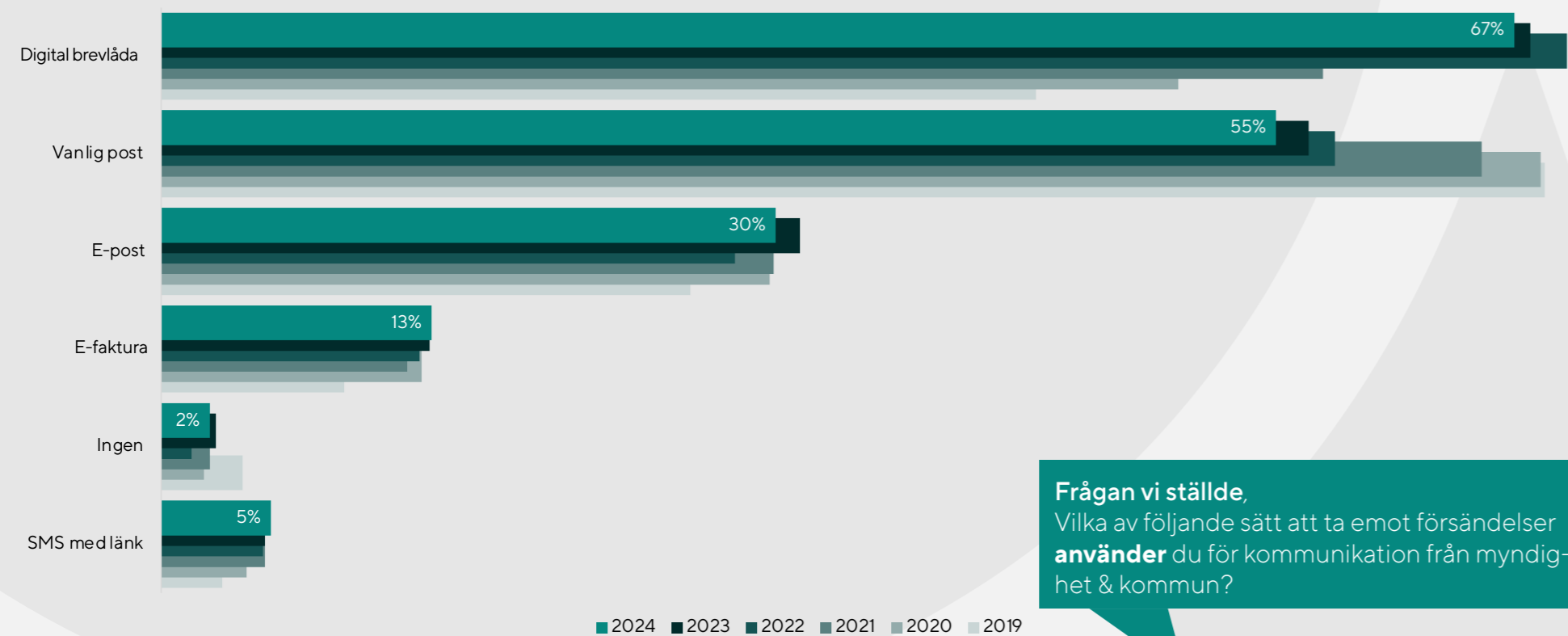
Däremot är det ett par ”räkningar” som inte kommer på papper. Det är den månatliga summan som Kerstin ger bort till Cancerfonden och Hjärnfonden. De dras via autogiro varje månad, så det behöver hon inte tänka på. Det där ordnade hon med för massor av år sedan, så det rullar bara på.

Känner du Kerstin?

Kerstin är bara en av alla dina kunder. Läs mer om Wilmer, Eva, Stefan, Kennet och Maja som alla har sina unika vanor och önskemål.

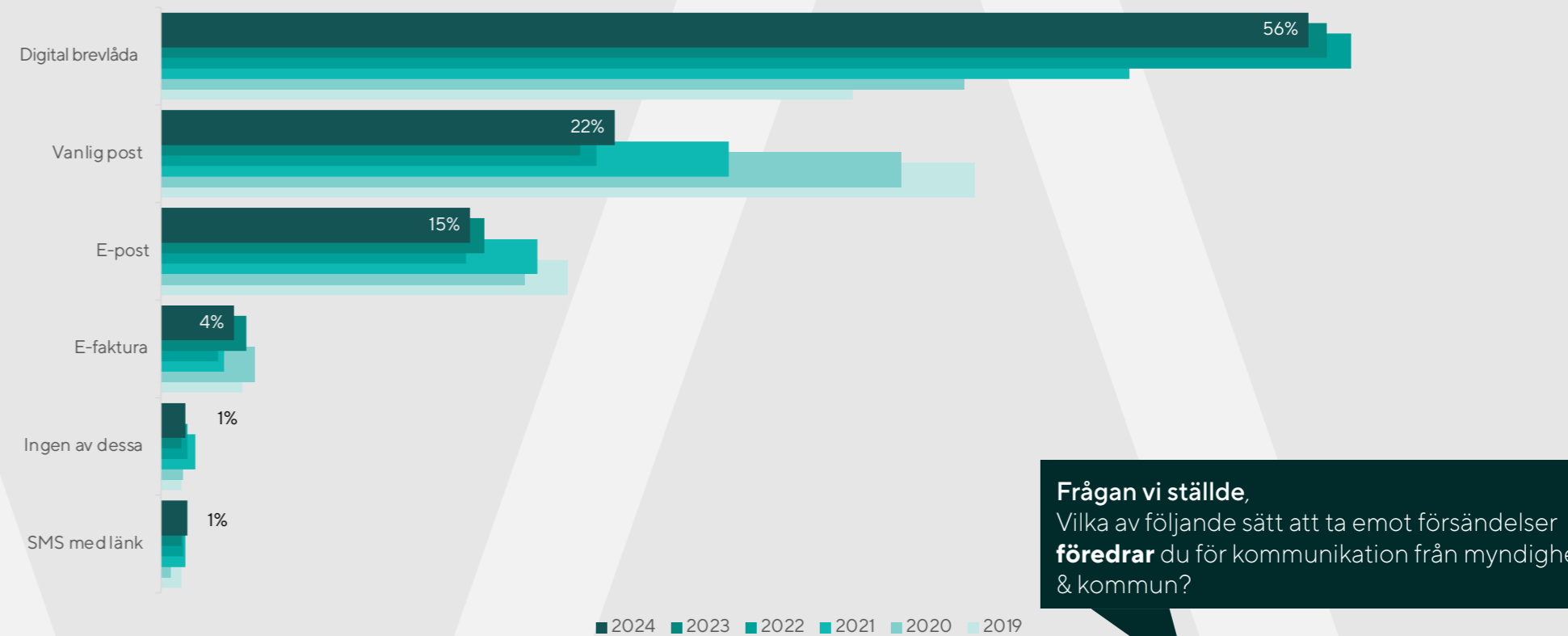
Kommunikation från myndighet & kommun

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
använder du för kommunikation från myndighet & kommun?

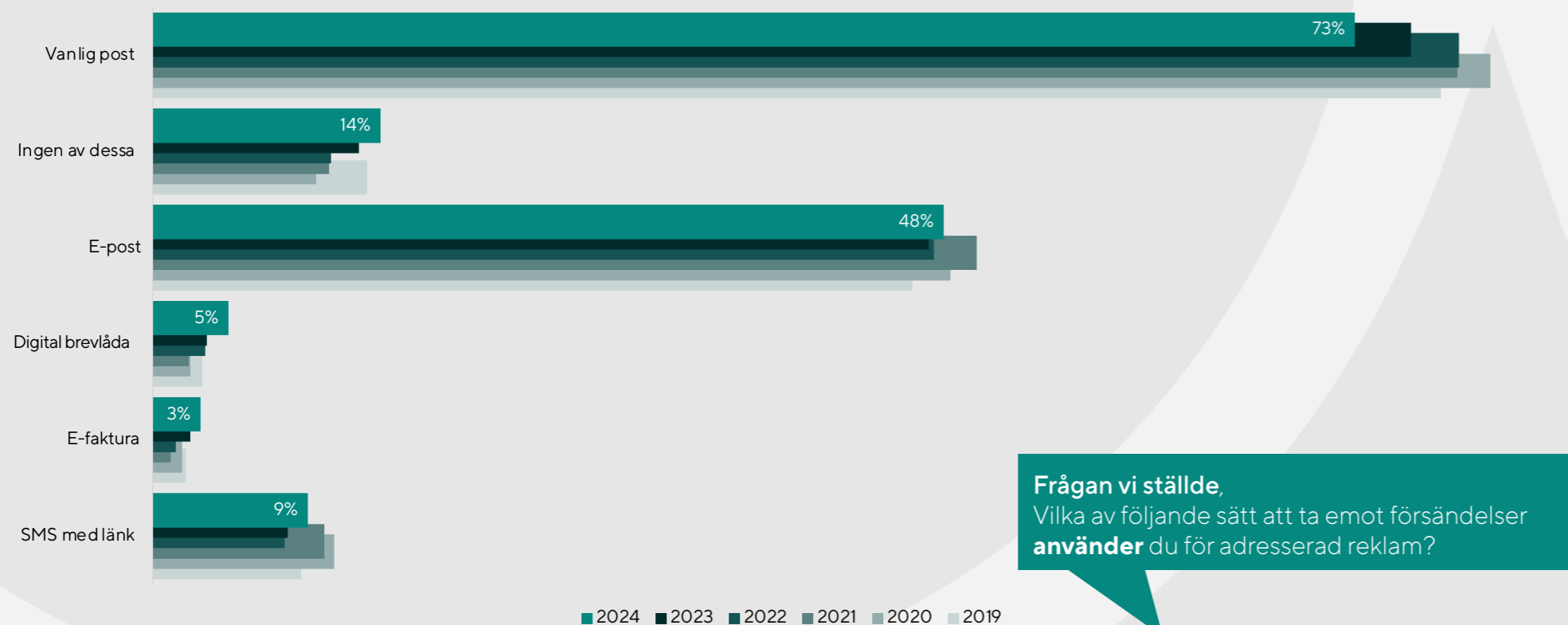
Vilken kanal föredrar du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
föredrar du för kommunikation från myndighet & kommun?

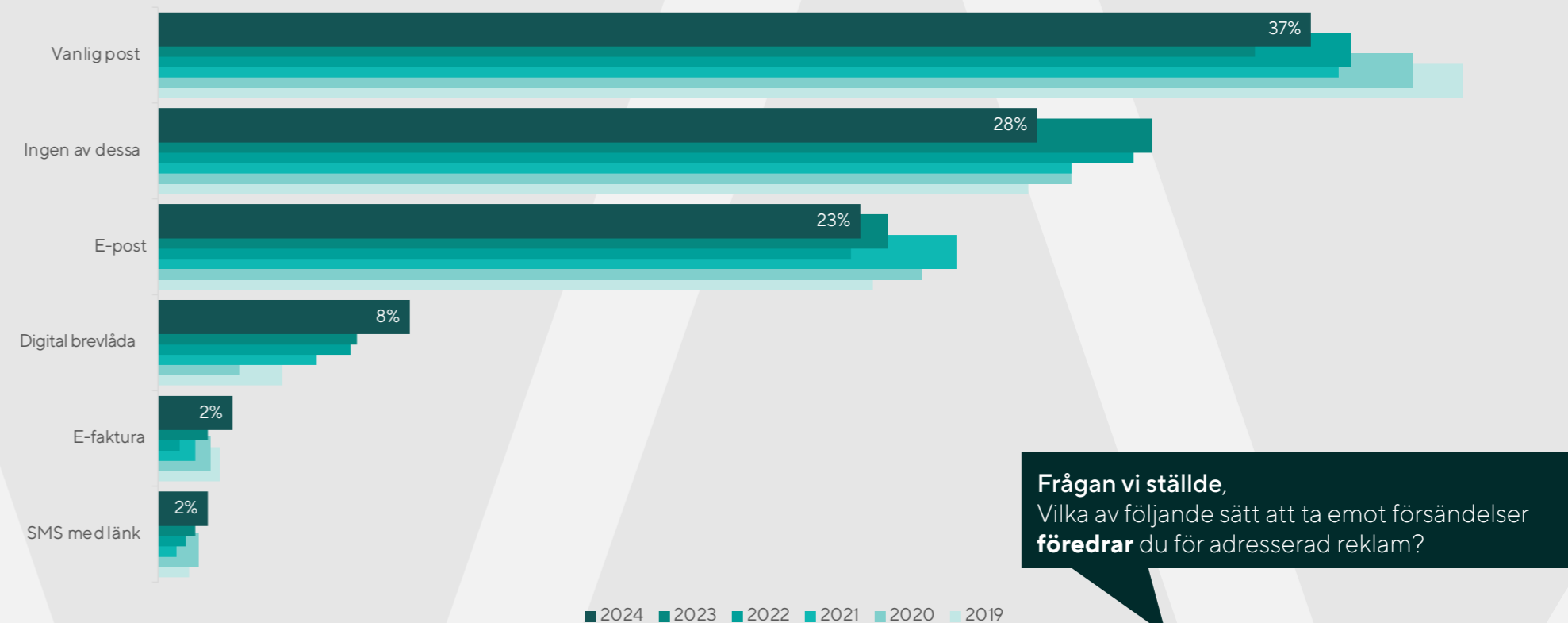
Adresserad reklam

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
använder du för adresserad reklam?

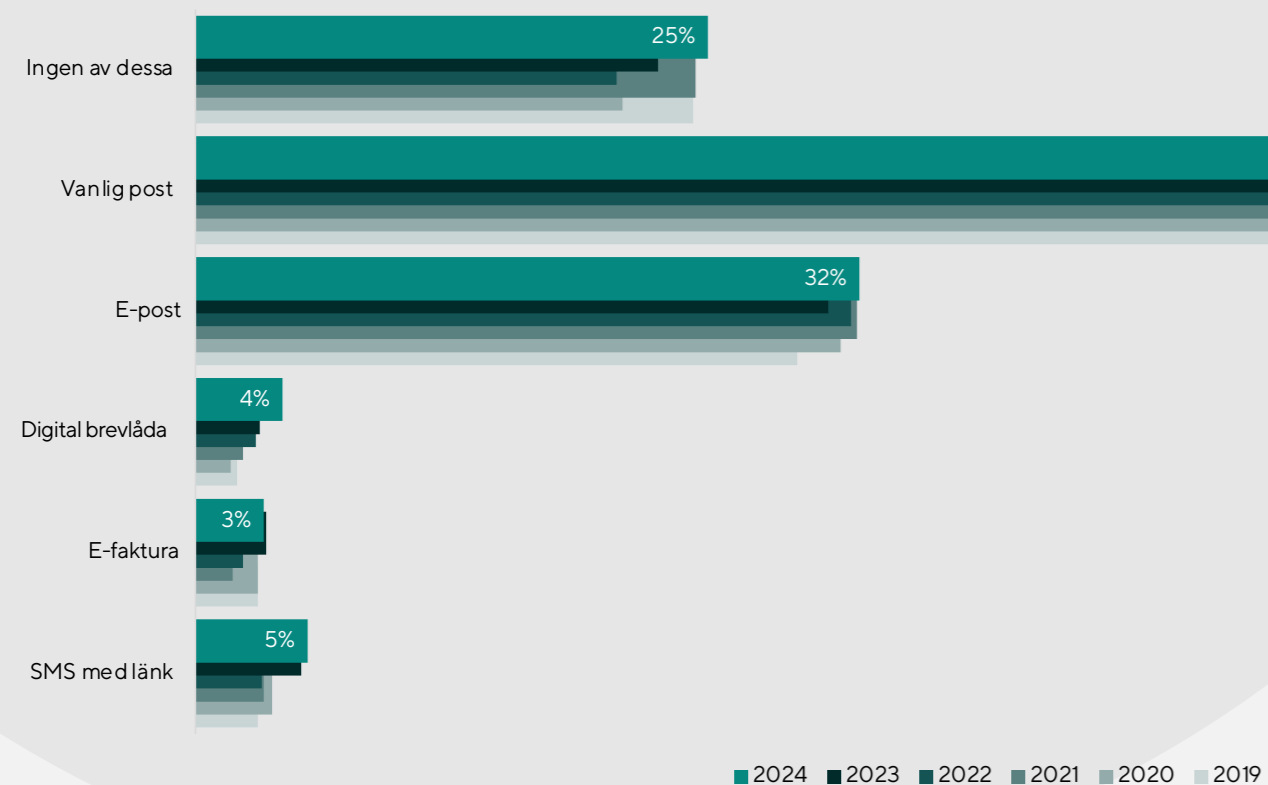
Vilken kanal föredrar du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser
föredrar du för adresserad reklam?

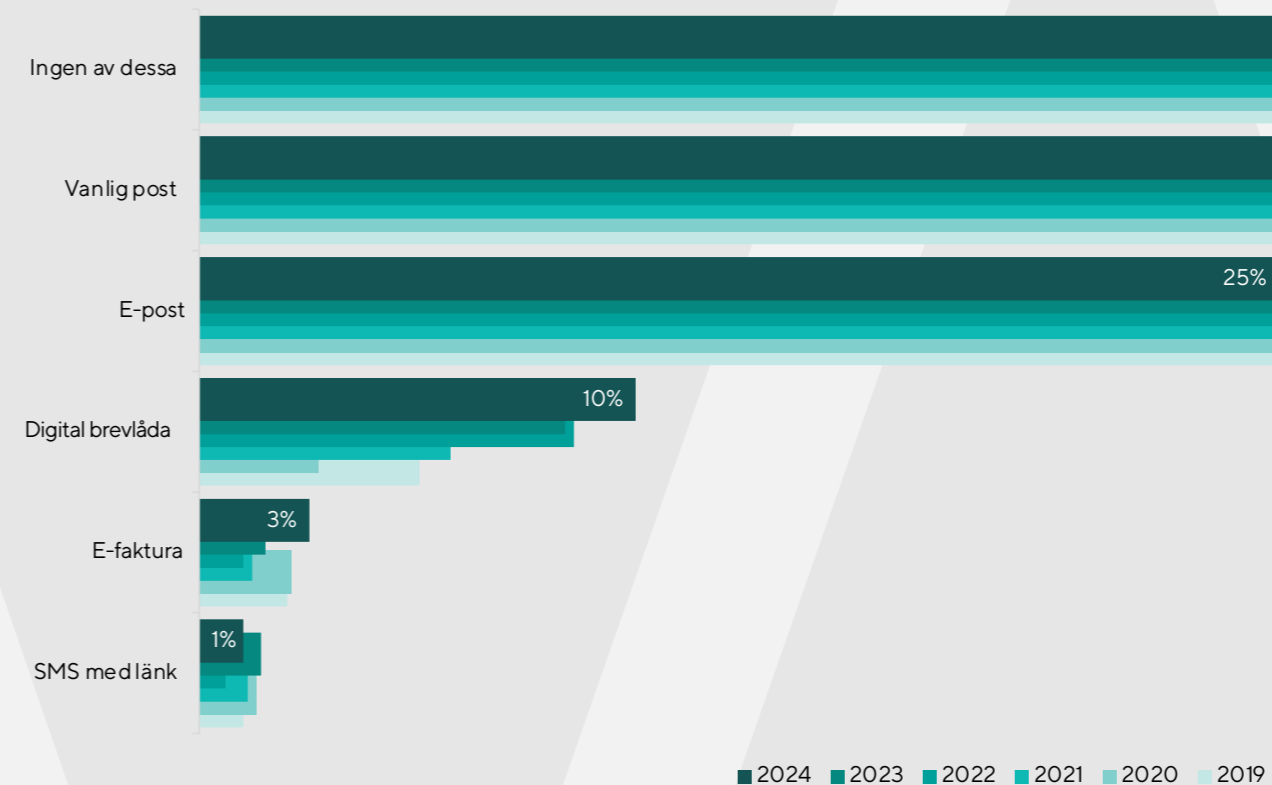
Brev från välgörenhets & insamlingsorganisationer

Vilka kanaler använder du?



Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser **använder** du för brev från välgörenhets & insamlingsorganisationer?

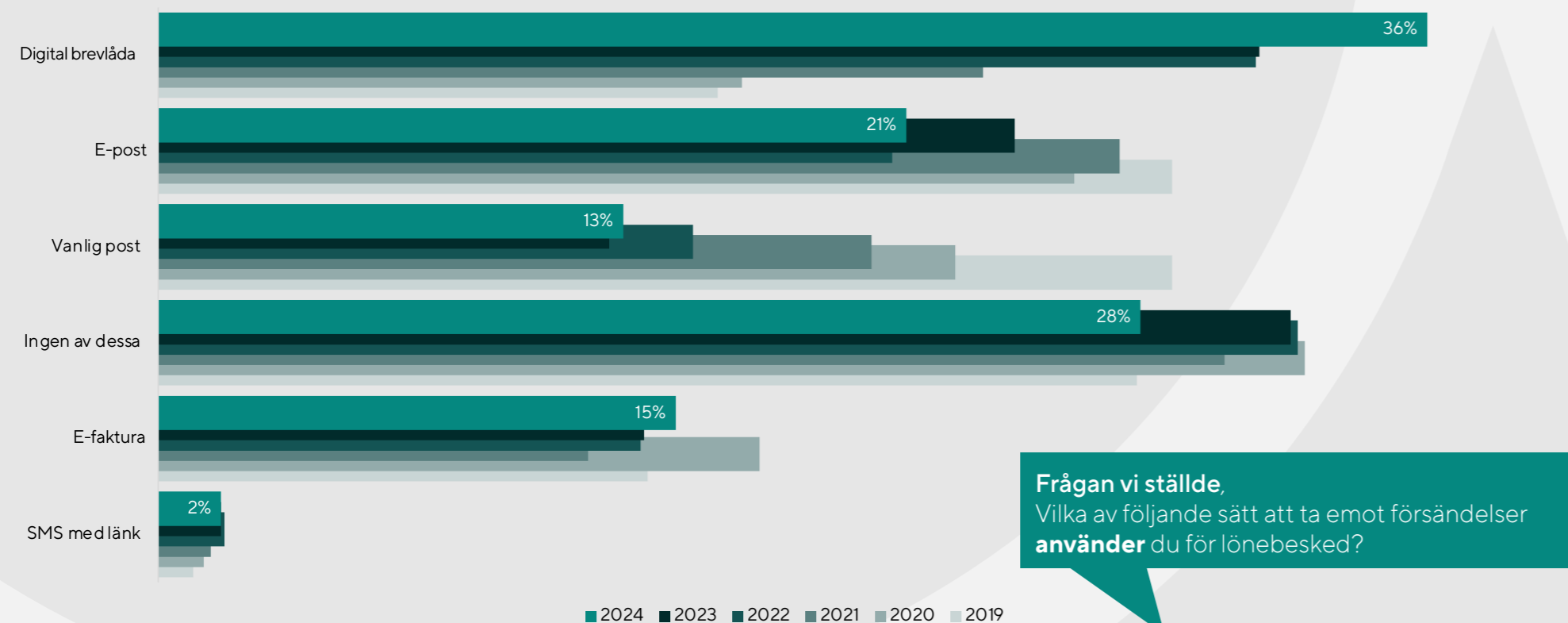
Vilken kanal föredrar du?



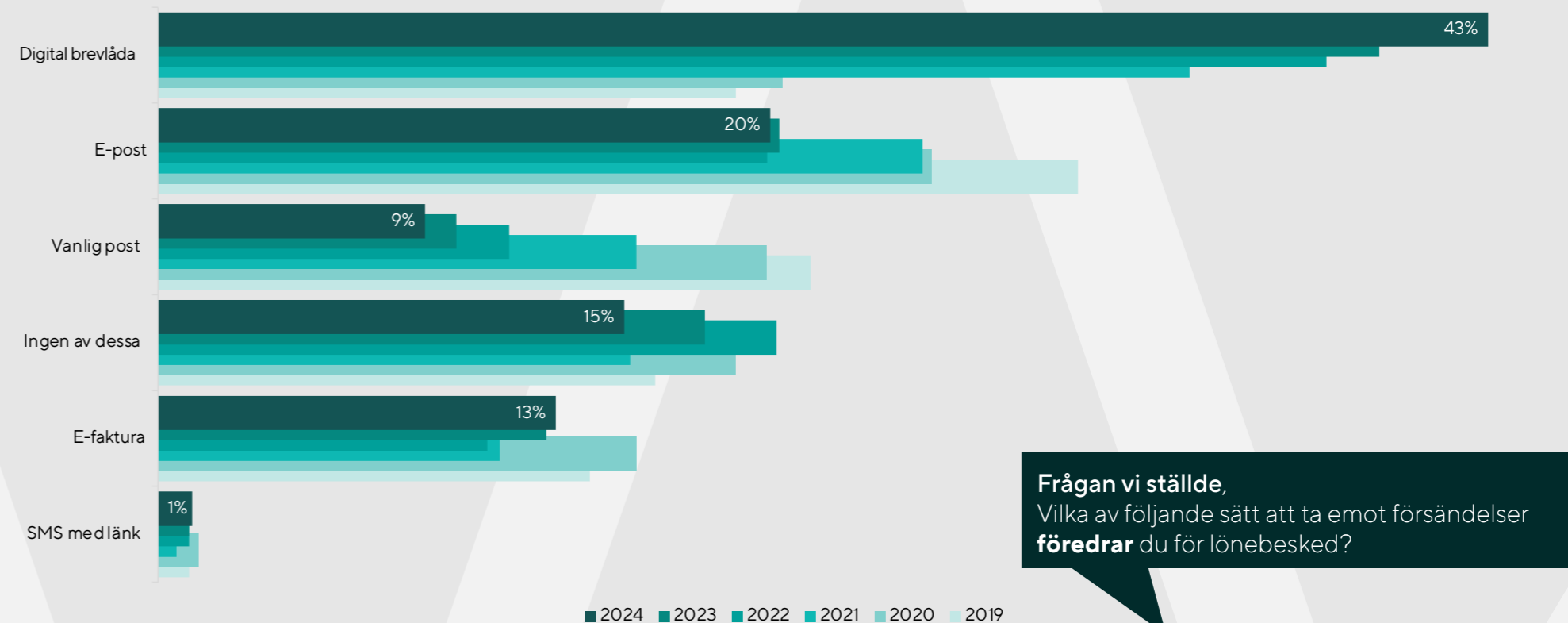
Frågan vi ställde,
Vilka av följande sätt att ta emot försändelser **föredrar** du för brev från välgörenhets & insamlingsorganisationer?

Lönebesked

Vilka kanaler använder du?



Vilken kanal föredrar du?



“Jag vill inte tära på skogens resurser. Inga papper, tack.”



Maja har precis kommit ut i arbetslivet efter flera år av studier. Hon har just flyttat in i sin första egna lägenhet och försöker skapa struktur på livet.

Ingen kund är den andre lik. Att få dina kunder att ta emot ditt budskap och betala just din faktura handlar mycket om rätt metod och tajming. Som avsändare behöver du anpassa dig till dina kunders olika önskemål. Utgå inte bara från dig själv, utan se hur olika det kan vara. **Läs hur det är för Maja.**

Maja har nyss pluggat klart efter flera års studier på Umeå Universitet. Hon har precis lämnat studentlägenheten och flyttat in i sin första egna lägenhet. Äntligen har hon kommit ut i arbetslivet och har också lyckats få ett drömjobb som hållbarhetskonsult.

Att flytta in i eget gav lite nya insikter. Det blev plötsligt lite fler räkningar att ta hand om, el, avgift till bostadsrättsföreningen, avgift till a-kassan, försäkringar, bredband, telefon, tidningsprenumeration, tv-abonnemang, bolån... ja listan blev lång. Stämde verkligen den där boendekalkylen hon och banken gjorde när hon skulle låna pengar till bostadsrätten?

Lön och räkningar, hur ska det räcka?

Nu gäller det för Maja att få lite koll på tillvaron. Dessutom dyker ju räkningarna upp när man minst anar det. Den digitala prenumerationen på dagstidningen dras typ i mitten av månaden. Mer än en gång har det saknats pengar på kontot, vilket hon blev varse först när det kom en påminnelse via SMS.

Lönen kommer den 25:e, så långt är det enkelt. Lönebeskedet brukar komma via mail någon dag innan så att hon vet hur mycket som är på väg in på kontot. Sedan ramlar det in räkningar här och där. Hon har lyckat styra bort alla pappersräkningar till förmån för digitala alternativ. Hon vill verkligen inte tära på skogens resurser och slösa papper i onödan. Bostadsrättsföreningen aviseras månadsavgifterna i Majas digitala brevlåda. Och sedan plingar det till i mobilen då och då när det kommit in en ny e-faktura.

“Hur ska man veta att pengarna räcker varje månad, och när ska man betala?”

Maja cyklar överallt och vill inte slösa papper

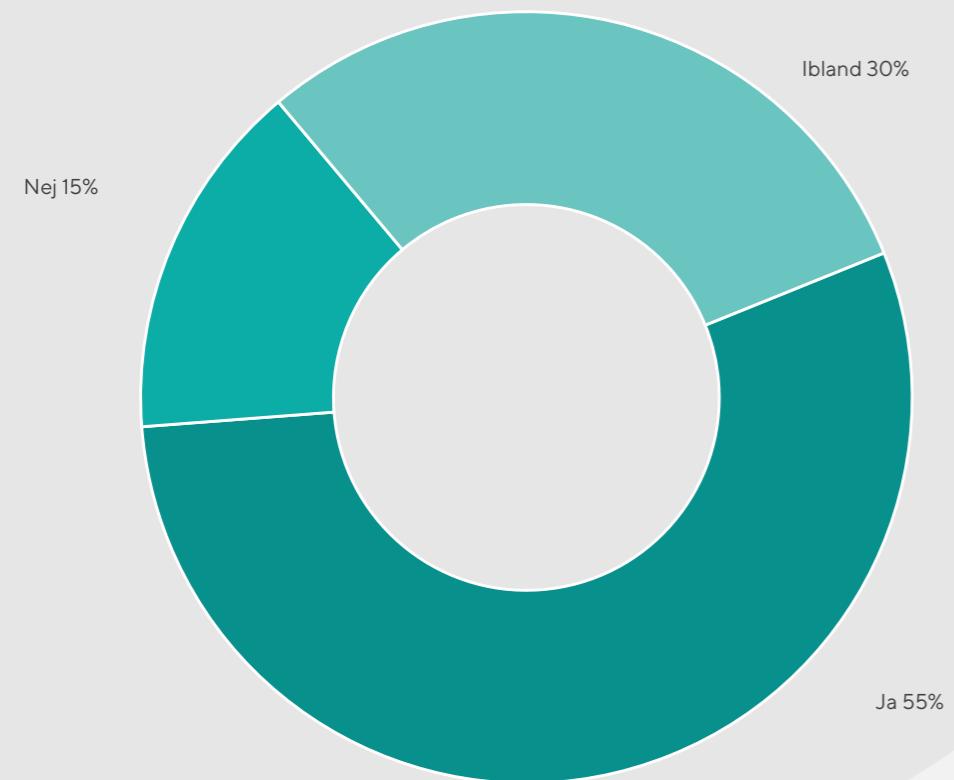
I Umeå är det självklart att ta cykeln överallt. Att handla hem mat betyder bara att Maja hänger på sig ryggsäcken och en extra cykelväska för att få hem grejerna. Självklart tackar hon nej till butikens påsar och kvittot kommer digitalt. Som den hållbarhetsspecialist hon är tänker hon på att göra minsta möjliga avtryck på miljön. Hon odlar grönsaker i en hydroponisk odling i köksfönstret och har alltid en surdeg på gång i skafferiet.

Känner du Maja?

Maja är bara en av alla dina kunder. Läs mer om Wilmer, Kerstin, Stefan, Eva och Kennet som alla har sina unika vanor och önskemål.

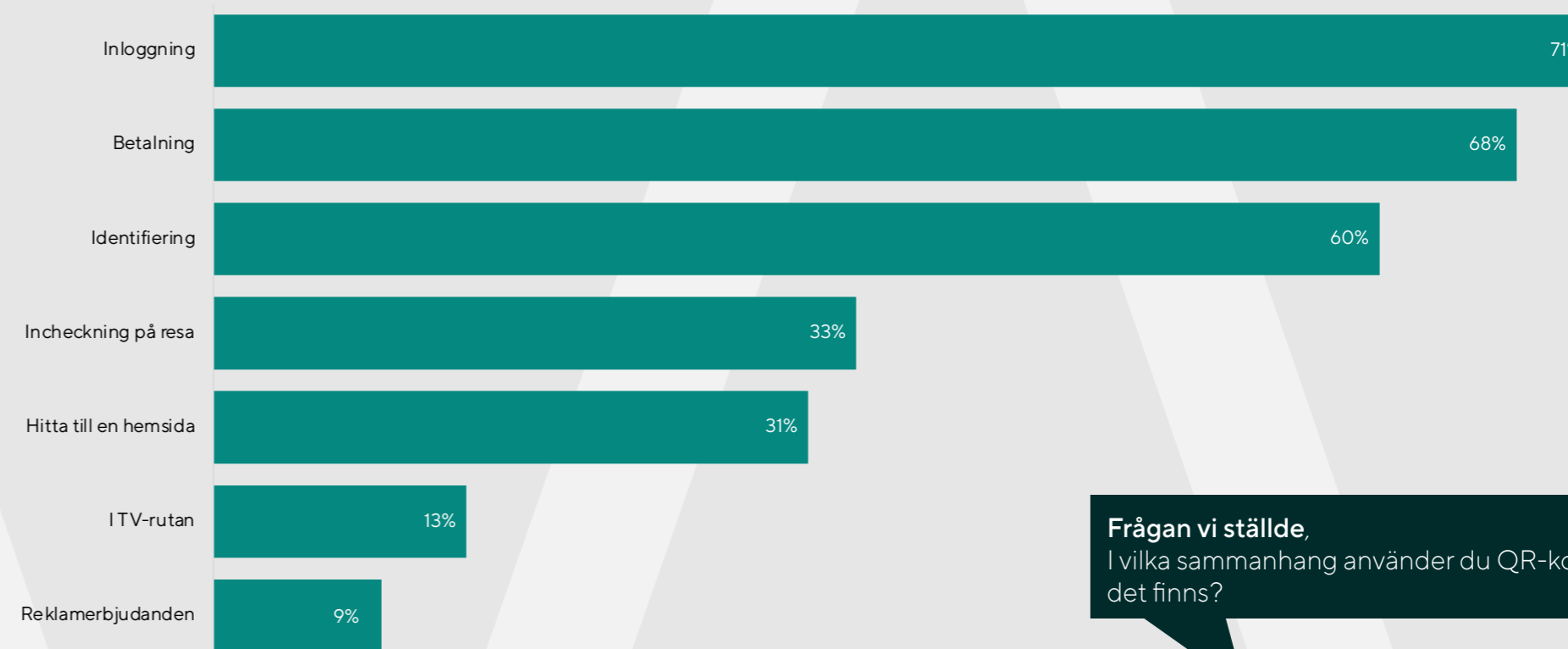
QR-koder

Används QR-koder?



Frågan vi ställde,
Brukar du använda och scanna QR-koder när det finns?

Hur används QR-koder?



Frågan vi ställde,
I vilka sammanhang använder du QR-koder när det finns?

”Jag betalar gärna direkt. Om jag kan.”



Wilmer är inte mästare på struktur. Ibland blir det av att betala räkningarna. Ibland inte.

Ingen kund är den andre lik. Att få dina kunder att ta emot ditt budskap och betala just din faktura handlar mycket om rätt metod och tajming. Som avsändare behöver du anpassa dig till dina kunders olika önskemål. Utgå inte bara från dig själv, utan se hur olika det kan vara. **Läs hur det är för Wilmer.**

Wilmer jobbar som frilansare, kör lite gig på olika event och inhopp på några restauranter. Drömliv om du frågar honom. Frihet och nya möjligheter varje dag.

Rutiner är inte riktigt Wilmers grej. Förhoppningsvis ramlar det in en slant på kontot den 25:e, men ibland tar han en liten tugga av sparpengarna för att få ihop tillvaron.

Dags att betala – tycker leverantörerna. Kanske, kanske inte, tycker Wilmer.

Plötsligt ramlar det in en faktura i brevkastet i Wilmer andrahandslya. Årsavgiften till Stockholms bostadskö kom visst den vägen. Wilmer knölar ner den i väskan när han är på väg ut och tänker att han ska fixa den sen. Hur man nu gör med en sån där gammal pappersfaktura.

”Kan man betala direkt, med ett eller två klick, då blir det kanske av. Annars tar jag det senare.”

Någon dag senare plingar det till i mobilen i Wilmers gröna Kivra-app. Där kom det en räkning från Transportstyrelsen för Wilmers gamla Vespa. Som tur är kom plinget precis när Wilmer sitter på bussen och fingrar på telefonen, så med några snabba tryck fixar han betalningen direkt. Samtidigt som han är inloggad i Kivra ser han att det har kommit ett meddelande från Försäkringskassan och ett

annat från Pensionsmyndigheten. Puh... många krångliga saker att ta till sig.

Hjälp – är pengarna slut?

Samma kväll när Wilmer är ute med några vänner och ska swisha Olle för ett par av ölen, upptäcker han att det inte finns täckning på kontot. Efter en snabb koll av saldot, ser han att det har dragits för några prenumerationer för ett par filmtjänster och ett autogiro till Röda Korset. Jaja, så kan det gå. Lite överföring från sparkontot så löste det sig den här gången. Det blir nog bättre nästa månad.

Känner du Wilmer?

Ja, eller någon som liknar Wilmer kanske. Kanske inte någon direkt struktur på rutiner när det gäller räkningar och fakturor, och kanske inte på något annat heller egentligen. Ganska charmigt men lite rörigt.

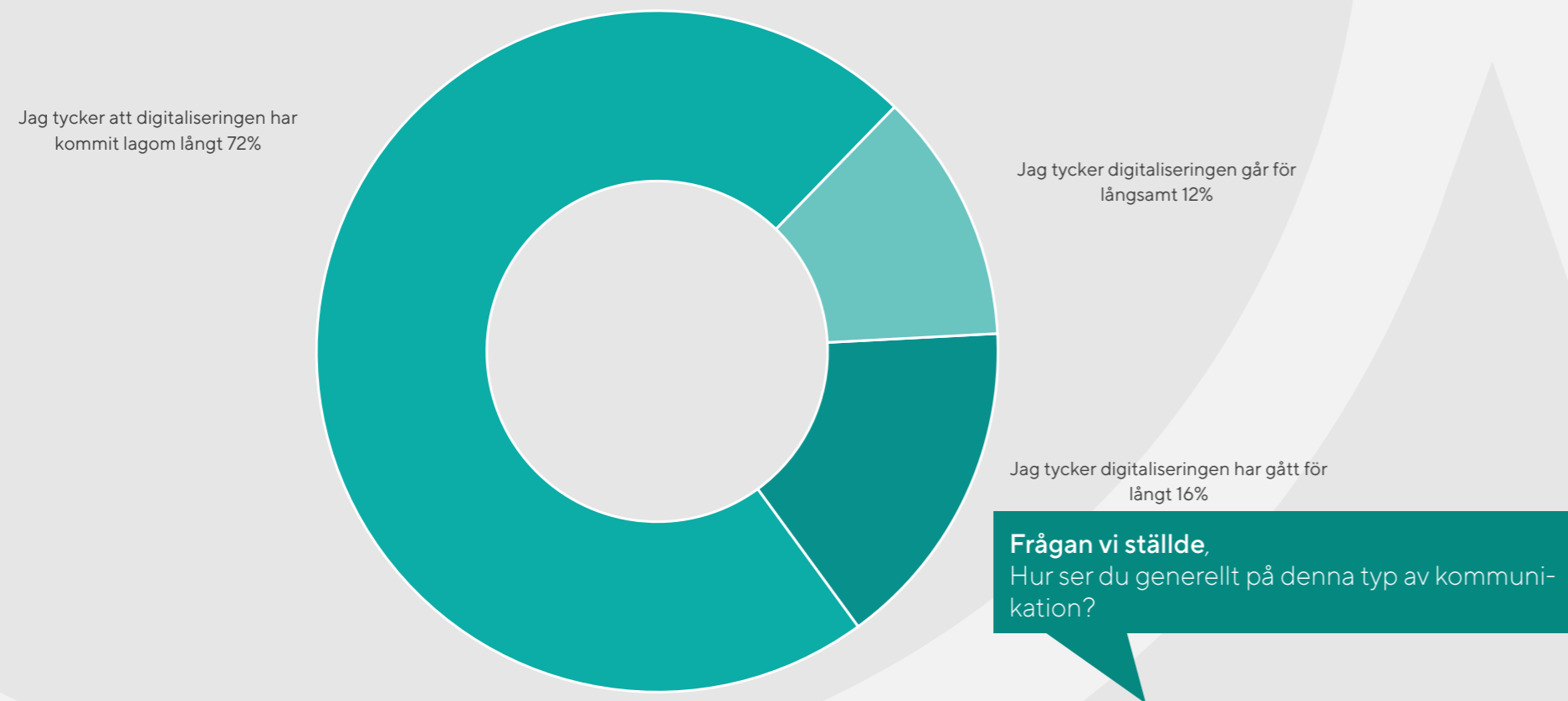
Varför berättar vi om Wilmer för dig? Jo, för att han eller flera andra som liknar honom finns högst troligt bland dina kunder.

Och ja, Wilmer betalade faktiskt den där pappersfakturan till slut. För att det fanns en QR-kod för Swish på den, så att han snabbt kunde fixa sin betalning. Hade det bara funnits en OCR-rad längst ner, är det risk att det aldrig hade blivit av.

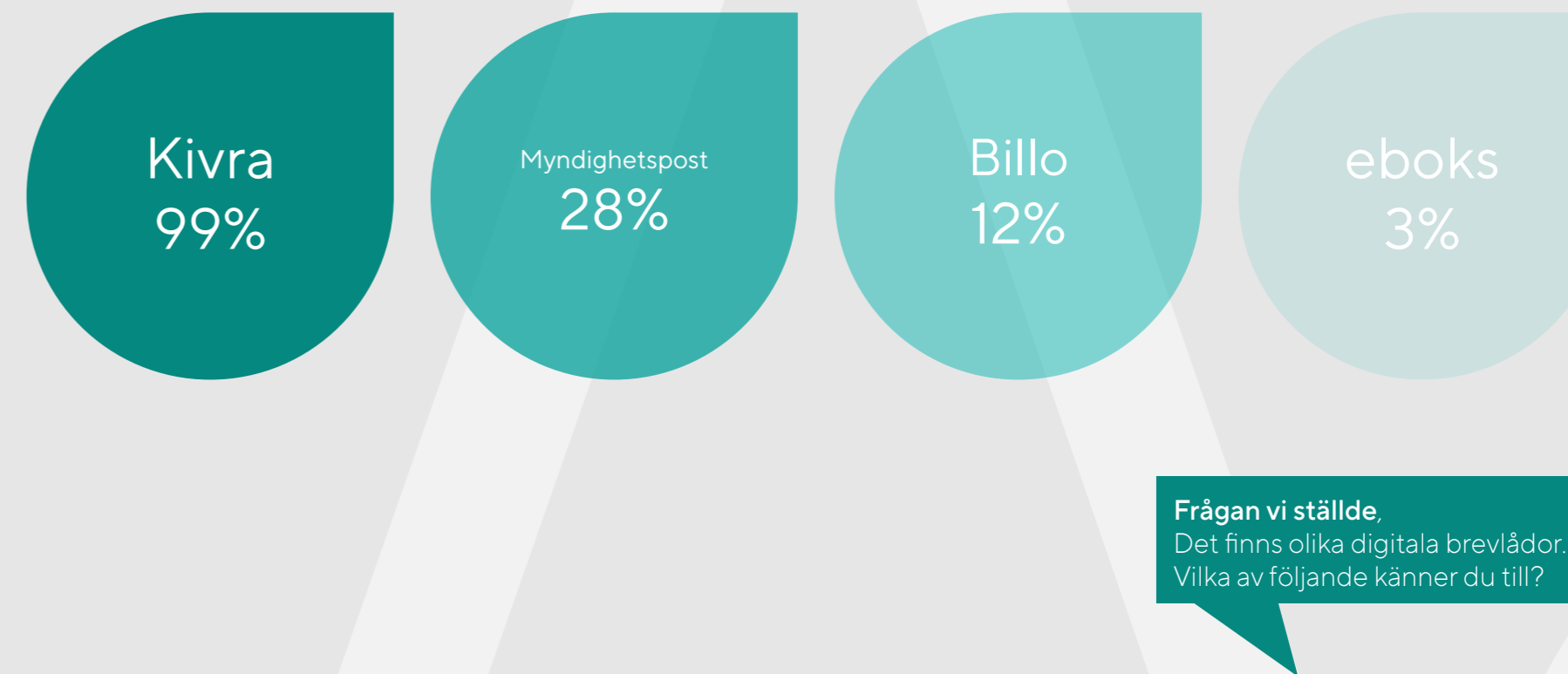
Wilmer är bara en av alla dina kunder. Läs mer om Kerstin, Eva, Stefan, Kennet och Maja som alla har sina unika vanor och önskemål.

Digitalisering

Har digitaliseringen gått för långt?



Kännedom om digitala brevlådor



“Jag har ingen fast adress.”



Eva är en digital nomad. Det började med att hon sålde huset, hoppade av ekorrhjulet och flyttade till Portugal, Bali och just nu Australien. All post måste vara digital om den ska nå fram.

Ingen kund är den andre lik. Att få dina kunder att ta emot ditt budskap och betala just din faktura handlar mycket om rätt metod och tajming. Som avsändare behöver du anpassa dig till dina kunders olika önskemål. Utgå inte bara från dig själv, utan se hur olika det kan vara. **Läs hur det är för Eva.**

När Eva fick chansen, tog hon den. Det började egentligen under pandemin, när alla på Evas arbetsplats jobbade på distans. Då började Eva känna att hon gillade friheten i att jobba från olika ställen. Även om det då mest blev hemifrån radhuset, hände det också att hon packade ner datorn och tog en tur med husbilen för att se nya ställen genom fönstret medan hon jobbade. I sitt jobb som PR- och marknadsföringskonsult skedde alla kontakter digitalt och det blev mer och mer självklart att man inte träffades fysiskt.

Det var då tankarna började gro. Det fanns egentligen inte så mycket som knöt henne till hemorten längre. Hennes vuxna dotter hade redan flyttat med sin familj i södra Europa och hennes kunder fanns över hela Norden.

Att bli digital

Den gamla brevlådan på radhustomten hade börjat rosta och gnällde lite elakt varje gång Eva skulle ta in post och högar med reklam. Det var faktiskt det som föll avgörandet.

“När brevlådan började rosta, bestämde jag mig för att aldrig skaffa en ny.”

Eva började med att sälja radhuset och all inredning. Den rostiga brevlådan fick de nya ägarna på köpet. Den första sommaren bodde Eva i sin husbil medan

hon jobbade och reste runt i Sverige innan även den såldes och Eva stack iväg till Portugal.

Alla prenumerationer och abonnemang sades upp, förutom mobiltelefonen, en uppgraderad molntjänst och en VPN-koppling. Eva skaffade en digital brevlåda hos Kivra och styrde om så mycket som möjligt dit. Kontoutdrag och annat från banken och försäkringsbrev fanns åtkomliga på deras inloggade sidor. De få räkningar hon hade kvar satte hon på autogiro.

Ett nedskalat liv med få ägodelar

Den enda kontakten Eva har med Sverige är – förutom vänner och kunder – med sin revisor, sin bankkontakt och så förstås deklaration och annat som ska göras varje år till Skatteverket.

“Att leva det här livet passar mig perfekt just nu. När jag först stack från Sverige, sov och jobbade jag på ett co-living-ställe. Där träffade jag fler som gjort som jag, sålt allt och kastat sig ut. Det är fantastiskt! Jag jobbar kanske 60-70%, lever billigt och upptäcker nya saker i världen varje dag.”

Känner du Eva?

Eva är bara en av alla dina kunder. Läs mer om Wilmer, Kerstin, Stefan, Kennet och Maja som alla har sina unika vanor och önskemål.

Om 21grams

21grams utvecklar teknologiplattformar och tillhörande tjänster till kunder med behov att skicka stora mängder affärsdokument.

Vår portooptimeringsteknologi ger marknaden tillgång till en mångfald av postutdelningsföretag, vilket ökar konkurrensen på brevmarknaden med lägre priser som följd.

Vi är en del av den växande e-handeln med särskilt fokus på internationella paketflöden.

Vi är marknadsledande vad gäller distribution av e-faktura till svenska internetbanker och levererar idag en tredjedel av alla e-fakturer. *

Vi har levererat till digitala brevlådor i mer än ett decennium och har under åren aktiverat flera hundra avsändare in i Kivra.

I vår ambition att hjälpa våra kunder att förenkla betalningar erbjuder vi integrerade betallösningar via till exempel Swish och PSD2.

Våra multikanalplattformar har stöd för samtliga ledande kommunikationskanaler i Norden.



* baserat på statistik för helåret 2021 publicerat av e-fakturabolaget

