



## RE4Y: Modul 2: Hur implementerar man social commerce?

### Vad är behovs- och trendanalys?

Behovs- och trendanalys är ett strategiskt tillvägagångssätt som används för att identifiera aktuella behov, förutse framtida trender och fatta datadrivna beslut för affärsstrategier, produktutveckling eller marknadsexpansion. Denna process säkerställer att företag fördelar sina resurser effektivt för att möta verkliga marknadsbehov.

### Varför är behovs- och trendanalys viktigt?

- ✓ Identifiera marknadsgap: Förstå vad kunder behöver men inte har tillgång till i dagsläget.
- ✓ Förutse framtida trender: Ligg steget före branschförändringar och nya konsumentbeteenden.
- ✓ Förbättra produktutveckling: Skapa lösningar som motsvarar kundernas förväntningar.
- ✓ Stärk konkurrensfördelarna: Differentiera ditt varumärke genom att agera proaktivt på marknadens behov.

---

## Modul 2: Del 1 Hur genomför man en behovs- och trendanalys?

### Hur genomför man en behovs- och trendanalys?

#### Vad är behovs- och trendanalys?

Behovs- och trendanalys är ett strategiskt tillvägagångssätt som används för att identifiera aktuella behov, förutse framtida trender och fatta datadrivna beslut för affärsstrategier, produktutveckling eller marknadsexpansion. Denna process säkerställer att företag fördelar sina resurser effektivt för att möta verkliga marknadsbehov.

#### Varför är behovs- och trendanalys viktigt?

- ✓ Identifiera marknadsgap: Förstå vad kunder behöver men inte har tillgång till just nu.
- ✓ Förutse framtida trender: Ligg steget före förändringar i branschen och nya konsumentbeteenden.
- ✓ Förbättra produktutveckling: Skapa lösningar som motsvarar kundernas förväntningar.
- ✓ Stärk konkurrensfördelarna: Differentiera ditt varumärke genom att agera proaktivt på marknadens behov.



## Modul 2: Hur genomför man en behovs- och trendanalys?

### Vad är behovs- och trendanalys?

Behovs- och trendanalys är ett strategiskt tillvägagångssätt som används för att identifiera aktuella behov, förutse framtida trender och fatta datadrivna beslut för affärsstrategier, produktutveckling eller marknadsexpansion. Denna process säkerställer att företag fördelar sina resurser effektivt för att möta verkliga marknadsbehov.

### Varför är behovs- och trendanalys viktigt?

- ✓ Identifiera marknadsgap: Förstå vad kunder behöver men inte har tillgång till i nuläget.
  - ✓ Förutse framtida trender: Ligg steget före branschförändringar och framväxande konsumentbeteenden.
  - ✓ Förbättra produktutveckling: Skapa lösningar som motsvarar kundernas förväntningar.
  - ✓ Stärk konkurrensfördelar: Differentiera ditt varumärke genom att agera proaktivt på marknadens behov.
-



## Nyckelsteg för att genomföra en behovs- och trendanalys

### Steg 1: Definiera syfte och omfattning

#### 1. Syfte

Definiera tydligt varför analysen genomförs. Ett fokuserat syfte hjälper till att samla in relevant data och fatta åtgärdsinriktade beslut.

 *Exempel:*

**Syfte:** Identifiera behoven hos unga entreprenörer inom digital handel.

**Resultat:** Utveckla en affärsmodell som erbjuder prisvärda lösningar för onlineförsäljning.

#### 2. Omfattning

Definiera nyckelområden att fokusera på, inklusive:

- **Målgrupp:** Vem analyserar du? (t.ex. småföretagare, Gen Z-konsumenter)
- **Bransch/område:** Vilken sektor gäller din analys? (t.ex. mode, elektronik, hantverk)
- **Geografiskt område:** Var finns din målgrupp? (t.ex. stad vs. landsbygd, specifika länder)

 *Exempel:*

- **Målgrupp:** Småföretagare i Europa
- **Bransch:** E-handel och digital marknadsföring
- **Geografiskt område:** Tyskland, Frankrike och Spanien

#### 3. Nyckelfrågor

Formulera viktiga frågor för att vägleda analysen:

- ✓ Vilka är de största utmaningarna för nätförsäljare?
  - ✓ Vilka trender påverkar konsumenternas köpbeteende?
  - ✓ Vilka tekniska framsteg formar e-handeln?
-



## Steg 2: Samla in data

### Primär datainsamling

Samla in förstahandsinformation direkt från din målgrupp genom:

- ✚ Enkäter – Strukturerade frågor för att förstå kundbehov
- ✚ Intervjuer – Djupgående samtal för kvalitativa insikter
- ✚ Fokusgrupper – Gruppdiskussioner för olika perspektiv
- ✚ Observationer – Studera beteenden i verkliga miljöer

#### Exempel:

För en studie om social commerce kan enkäter innehålla frågor som:

- ✓ "Vilka sociala medieplattformar använder du för shopping?"
- ✓ "Vilka är de största hindren för dig att sälja online?"

### Sekundär datainsamling

Analysera redan existerande datakällor som:

- ✚ Marknadsrapporter – Branschinsikter om e-handel
- ✚ Officiell statistik – Ekonomiska och konsumentbeteende-data
- ✚ Akademisk forskning – Studier om digital handel och psykologi
- ✚ Konkurrentanalys – Studera framgångsrika strategier inom social commerce

#### Exempel:

En konkurrentanalys kan visa att varumärken som använder influencer marketing har högre engagemang, vilket kan styra företag mot att investera i samarbeten.

---



## Steg 3: Analysera behov

### 1. Identifiera marknadsgap

Jämför det aktuella läget med det önskade resultatet för att belysa områden som behöver förbättras.

 *Exempel:*

- ✓ Nuvarande tillstånd: 40 % av småföretagare saknar kunskap om social commerce
- ✓ Önskat resultat: 80 % ska tillämpa social commerce-strategier
- ✓ Gap: 40 % behöver utbildning och resurser

### 2. Prioritera behov

Alla marknadsgap kräver inte omedelbara åtgärder. Prioritera utifrån:




- ✓ Brådska – Omedelbara behov som påverkar intäkter eller marknadsposition
- ✓ Effekt – Lösningar som gynnar flest kunder
- ✓ Genomförbarhet – Tillgängliga resurser och teknisk kapacitet

 *Exempel:*

Ett företag kan prioritera prisvärda annonseringslösningar framför avancerade AI-verktyg om kostnad är en stor barriär för småföretagare.

### 3. Använd analytiska verktyg

Tillämpa strukturerade ramverk för att förfina resultaten:

-  SWOT-analys – Styrkor, svagheter, möjligheter, hot
  -  PESTLE-analys – Politiska, ekonomiska, sociala, teknologiska, juridiska och miljömässiga faktorer
  -  Gap-analys – Jämför nuvarande utmaningar med önskade resultat för att utveckla åtgärdsplaner
-



## Exempel på framgångsrik behovs- och trendanalys

### **Exempel 1: Social Commerce för småföretag**

- ✓ Identifierat behov: Småföretagare har svårt att sätta upp onlinebutiker
- ✓ Lösning: Utveckla steg-för-steg-guider för integration med t.ex. Instagram Shops och TikTok Shopping

### **Exempel 2: Konsumentbeteende inom digital shopping**

- ✓ Identifierad trend: Konsumenter föredrar personliga shoppingupplevelser
- ✓ Lösning: Implementera AI-baserade produktrekommendationer för ökat engagemang

### **Exempel 3: Mobila betalningslösningar för tillväxtmarknader**


- ✓ Identifierat hinder: Brist på tillgängliga onlinebetalningsalternativ
- ✓ Lösning: Inför mobilplånböcker för smidiga transaktioner

---

## Sammanfattning

Behovs- och trendanalys är ett kraftfullt verktyg för företag som vill förstå sin målgrupp, förutse trender och skapa effektiva strategier.

- ✓ Definiera syfte och målgrupp
- ✓ Samla in data från flera källor för en helhetsbild
- ✓ Identifiera gap och prioritera åtgärdbara lösningar
- ✓ Använd analysverktyg för att finjustera din strategi

 Genom att utnyttja behovs- och trendanalys kan företag hålla sig konkurrenskraftiga och möta föränderliga konsumentbehov inom social commerce. Börja idag! 