

Innsikt og utsikt

Markedstrender Q4 2022

v:pps



Minneord for forlatte handlekurver

Antallet forlatte handlekurver i nettbutikken din er en god indikator på om du lykkes som kremmer. Visste du at 7 av 10 kunder avbryter kjøp på nett? De skremmes blant annet vekk av tidkrevende, tunge vanskelige betalingsløsninger. Det synes vi leit, for vi heier på veldig, veldig enkle løsninger.

Heldigvis tenker mange norske nettbutikker som oss. De vet at kundene vil ha løsninger som ikke krever at du må hente lommeboka eller taste inn unødvendig mye info for å komme i mål. Nesten 3 700 nye utsalgssteder med ecom i fjerde kvartal er en vekst på 36 %, sammenlignet med samme periode i 2021. Det er rekord. Rekord ble det også for antall transaksjoner hver vipps'er gjorde i snitt forrige kvartal. 30 betalinger i snitt per vipps'er er en vekst på 15 %, målt mot siste kvartal i 2021.

Flere nettbutikker tilbyr altså Vipps som betalingsløsning. Samtidig som hver og en av oss bruker Vipps oftere for å betale. Det er dårlig nytt for fanklubben av forlatte handlekurver. For hvis utviklingen fortsetter i dette året, vil det trolig bety at flere netthandler i norske butikker fullføres. Og hvem vet? Kanskje det også betyr at vi nærmer oss slutten på tiden med ensomme, uønskede og forlatte handlekurver på nett.

Innhold

| | |
|---|-----------|
| Nøkkeltall | 4 |
| Vipps, så var vi nordiske! | 5 |
| Forenkling fungerer fortsatt | 6 |
| Syv av ti nordmenn handlet på nett med Vipps | 7 |
| Enda mer vekst for faste betalinger | 8 |
| Black Week 2022 | 9 |
| Black Week: Slik gikk det | 9 |
| VM i Black Week | 10 |
| Julehandel | 11 |
| Den store julehandeldagen | 11 |
| Gammel giverglede på julaften | 12 |
| 304 000 unngåtte krangler | 13 |
| 14 millioner i skattefradrag | 14 |
| Gjennomsnittlig vippser | 15 |
| Fasit for 2023 | 16 |

Nøkkeltall Q4



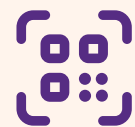
4,3 millioner
vippere



41 000
nye vippere siden Q3 2022



53
nye utsalgssteder med Vipps
på nett i snitt hver arbeidsdag



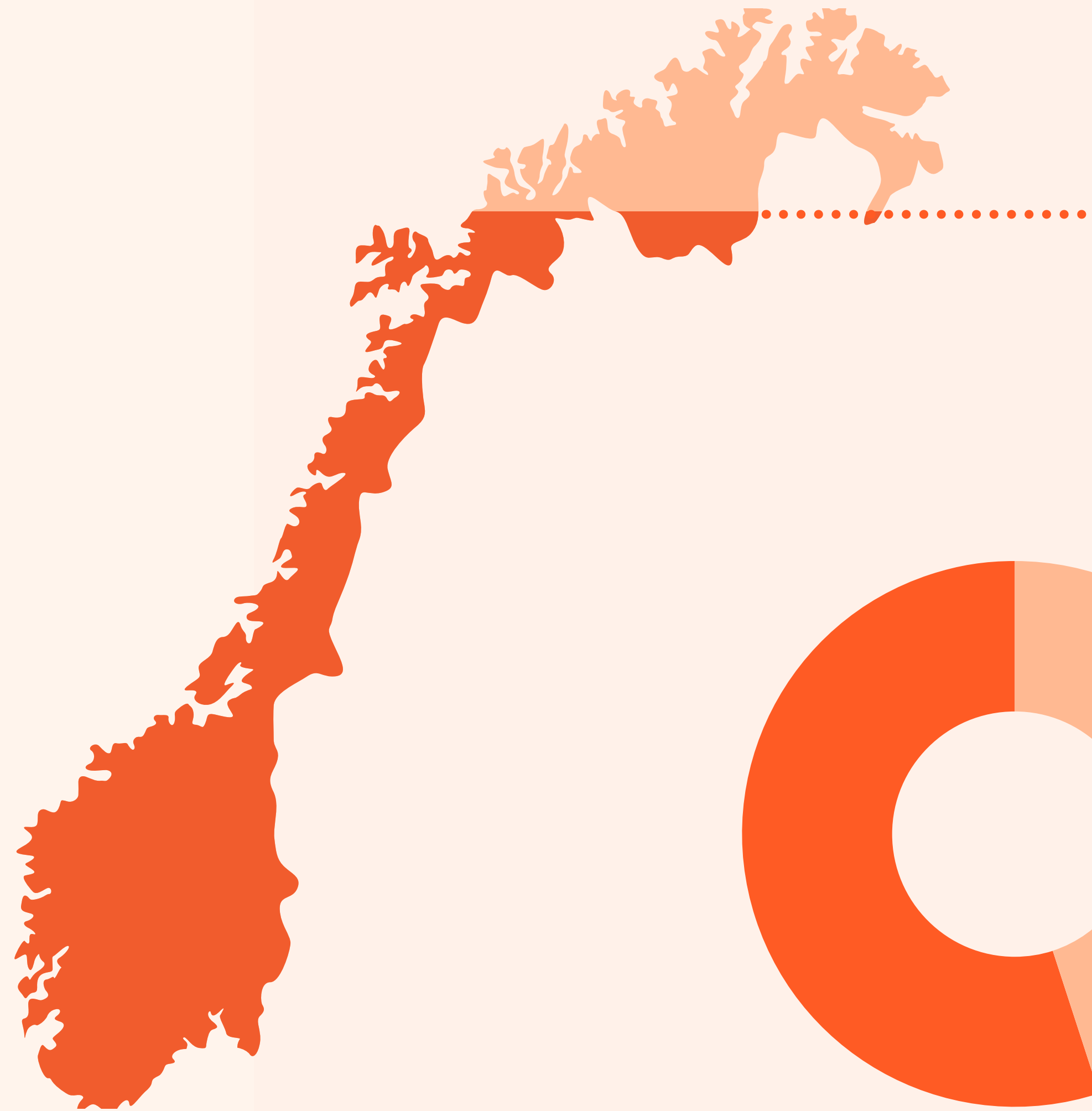
3,5 millioner
QR-koder skannet



2,7 millioner
ukentlige brukere av Vipps i snitt

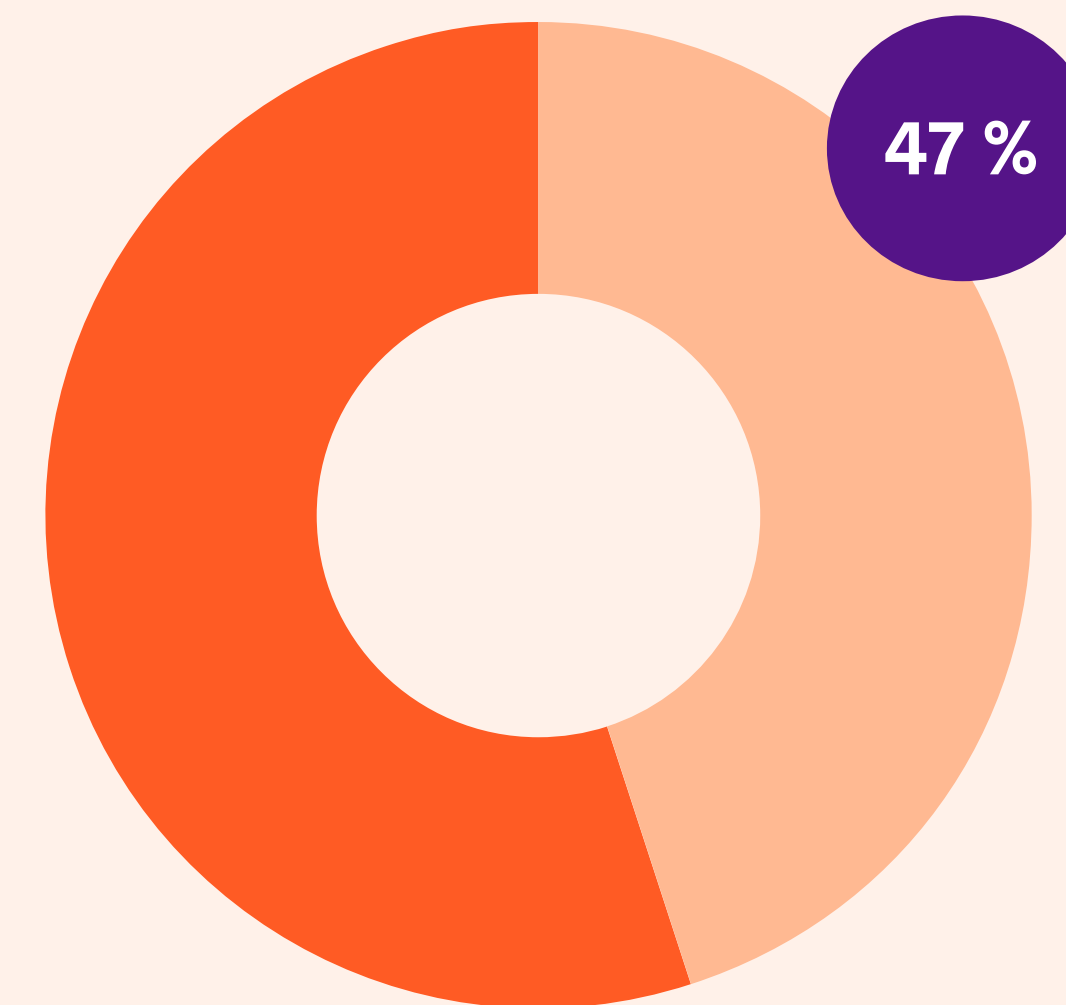


8 480
gaver sendt i snitt per dag



78 %

av Norges befolkning
er på Vipps



Betaling til bedrifter
og organisasjoner utgjør
47 % av alle transaksjoner
med Vipps.

● Bedrifter og organisasjoner
● Vennebetaling



Vipps, så var vi nordiske!

21. oktober gjallet jubelbrølene fra Vipps' lokaler i Bjørvika. EU hadde nettopp godkjent fusjonen med MobilePay, og med det ble de to ledende digitale lommebøkene i Norge, Danmark og Finland én nordisk utfordrer.

Til sammen har Vipps og MobilePay nærmere 11 millioner brukere, 400 000 butikker og nettbutikker, og brukes 900 millioner ganger i året.

– Dette gir oss uendelige muligheter for forenkling i Norden, sier Rune Garborg, som er sjef for Vipps MobilePay.

Han forteller at det er høy aktivitet hos de ansatte i det nye selskapet og at laurbær-hviling er noe man ikke tar seg tid til.



– Nå som vi har slått oss sammen, er målet å forenkle betaling og handel i hele Norden. Det skal vi gjøre ved å tilby enkle betalingsløsninger på én, trygg digital plattform. Ambisjonen vår er å fortsette å løse hverdagsknot overalt, sier Garborg.

Forenkling fungerer fortsatt

Aldri før har så mange utsalgsteder tatt i bruk Vipps, nærmere bestemt 3 700 i forrige kvartal.

Hvorfor så mange velger oransje? Vi tror det handler om to ting: 1. Kunden synes Vipps er enkelt å bruke. 2. Enkelhet lønner seg.

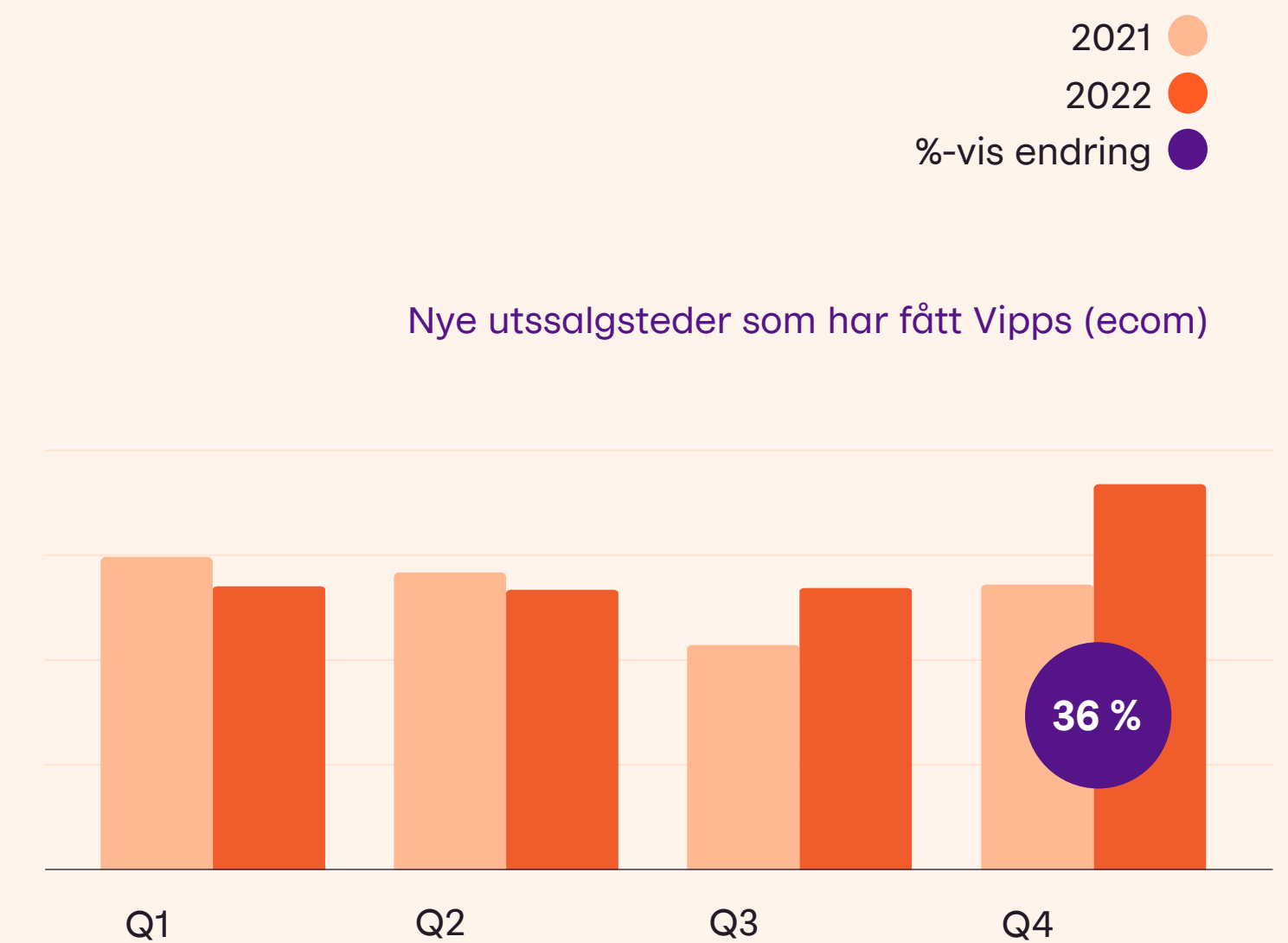


– Det er tøffe økonomiske tider nå. Kampen om kundene blir bare hardere og hardere. Du har ikke råd til at kunden fyller handlekurven i nettbutikken din, for så å forlate den fordi betalingsløsning oppleves som for tidkrevende. Det at så mange virksomheter tar i bruk

Vipps, forteller det meg at de tar kundene sine på alvor, sier Vegar Heir, kommersiell leder i Vipps.

Når vi i Vipps legger vår stolthet i å fjerne knot, skyldes det en helt bestemt motivasjon. Den motivasjonen kan adferdsforsker og forfatter Richard Shotton mye om. Han har funnet at å fjerne friksjon er noe av det viktigste du gjør for å forbedre kundereisen. Vi mennesker er nemlig (ikke helt overraskende) litt enkle. Kan vi velge minste motstands vei, og samtidig unngå for mange alternativer, så takker vi ja.

Vipps fortsetter derfor å skrive ut vår kur mot knot, sånn at gravplassen for forlatte handlekurver forhåpentligvis blir langt mindre i 2023.



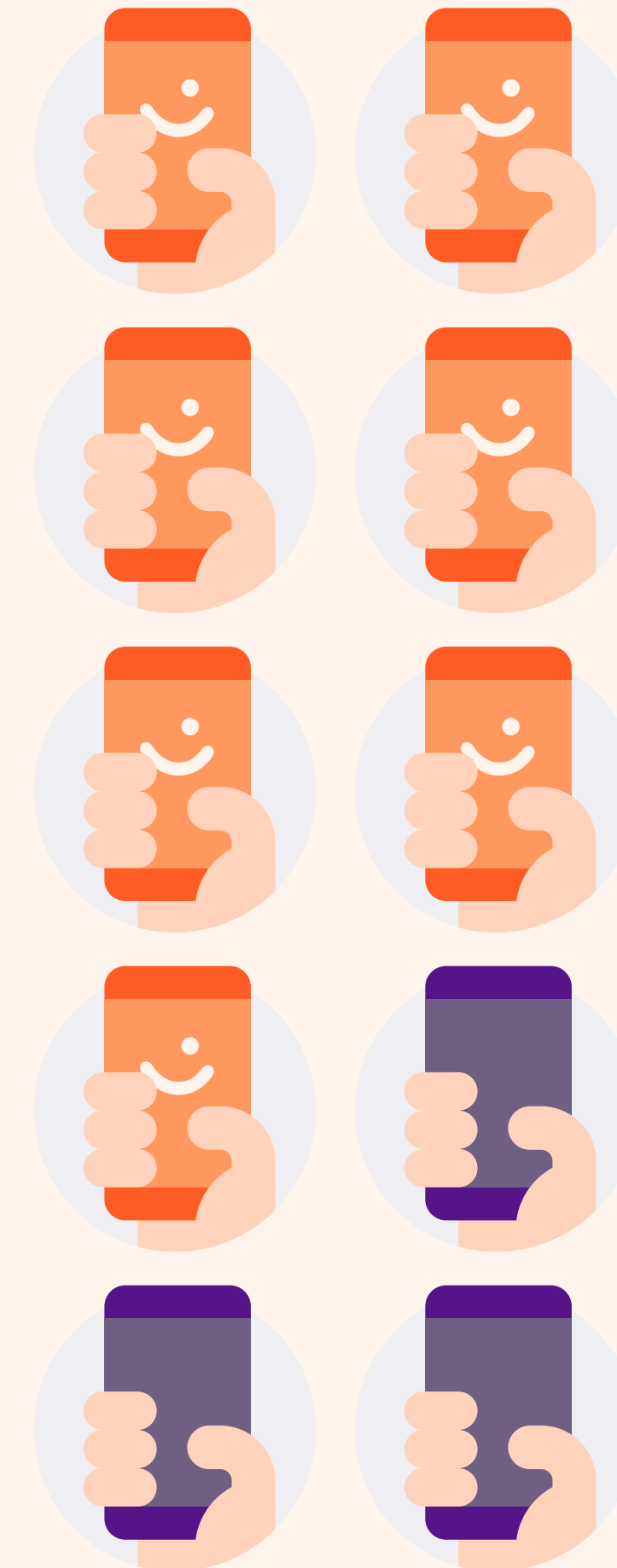
Syv av ti nordmenn handlet med Vipps på nett

3,25 millioner vippsere brukte Vipps på nett i forrige kvartal. Det betyr at over 70 prosent av alle nordmenn over 15 år betalte med Vipps når de shoppet online. Det er ganske mange, det!

Å handle med Vipps på nett er på vei til å bli en norsk og veldig, veldig enkel hverdagsvane. I forrige kvartal betalte vi med Vipps for alt fra bussbilletter, medisiner og restaurantbesøk, til klær, sminke og elektriske duppeditter på nett. Hele syv av ti nordmenn over 15 år gjorde dette minst én gang.

Trenden er dessuten økende. 12 % flere handlet med Vipps på nett i fjerde kvartal, sammenlignet med samme periode i fjor. I tillegg ser vi at andelen som har

handlet med Vipps fem ganger eller mer, øker med nesten 30 %. Det kan tyde på at når folk begynner å bruke Vipps til å handle på nett, liker de det så godt at det blir deres foretrukne måte å handle på. Lett å bli hekta, si!



Vekst, vekst og enda mer vekst for faste betalinger

Her er tre ting vi var sikre på i 2022: Gjentatte rentehevinger, scoringer fra Erling Braut Haaland og veksten til Vipps Faste betalinger!

I løpet av 2022 har Vipps' abonnements-tjeneste vokst til 821 000 aktive kunder – fordelt på 1,4 millioner aktive avtaler. Dette gjenspeiler seg i transaksjonsvolumet, som vokser fra 81 millioner kroner i september 2022, til 91,8 millioner kroner i desember 2022.

Denne veksten synes vi er stas! Spesielt fordi vi vet at Vipps Faste betalinger gjør det veldig, veldig enkelt for kundene å komme i gang med abonnementet sitt, enten det er snakk om veldedighet, digitale medier, matkasser, treningsentre, bilvask, minilager, garn, barneutstyr, kaffe, helsekost, brød, forsikring, software eller medlemsorganisasjoner og idrettsklubber.

Fortsetter veksten i 2023? Vi håper det! For det er ikke bare tallene i seg selv som toppet seg i fjerde kvartal – vi har også noen gode nyheter som vi tar med oss inn i 2023.

Før julen ble ringt inn og nyttårsrakettene gjorde sitt, ble Strim den første strømmetjenesten som tok i bruk faste betalinger fra Vipps.

– Dette er en kjempeviktig milepæl som gjør det enda enklere for deg å streame favorittseriene dine – uansett om det er “White Lotus, The Crown” eller “Mot i Brøstet”. I tillegg kunne vi si velkommen til transporttjenesten Ryde og Nice Mobil. Det synes vi er gøy, forteller Kirsten Jarneid, produktsjef Vipps Faste betalinger.



Black Week: Slik gikk det

Spenningen var stor før fjorårets viktigste handleuke: Strammet vi livremmen, eller ble Black Week en gyllen mulighet til å fikse julegavene på budsjett?

Fra mandag 21. til søndag 27. november vippset vi 48 % mer penger når vi shoppet varer på nett, sammenlignet med Black Week i 2021. Antall transaksjoner vokste med 43 % i samme periode. Til tross for høy prisvekst og nedgående forbruk har vippserne aldri netthandlet så mange varer i løpet av Black Week, som i 2022.

Årsakene til veksten kan være flere, men vi tar en råsjanse på at nedgangen i økonomien gjør oss flinkere til å se etter gode tilbud.

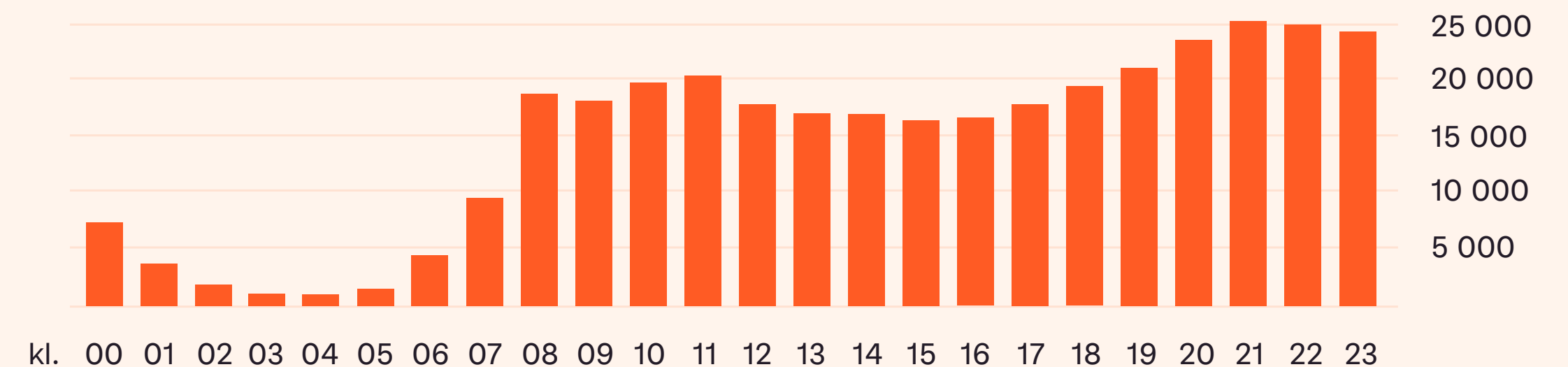
Samtidig er det flere og flere av butikkene som tilbyr Vipps på nett. Hver uke er det i snitt 273 nye utsalgssteder som bestiller Vipps på nett.

Vi ser også at det var høyere vekst i dagene før Black Week. Alt tyder på at tilbudene startet tidligere – og at vippserne kastet seg rundt og ble med. Fredagen før Black Friday, 18. november, opplevde vi en vekst på hele 70 %, sammenlignet med 2021. Kommer vi til å snakke om Black Month i 2023?

Samtidig er Black Friday fremdeles konge, dronning og kaptein på varehandelsskuta. Aktiviteten er absolutt

størst om kvelden, og vi handlet aller, aller mest mellom kl. 21 og 22. Kanskje skjermbriller er en god investering når vi kommer til november i år?

Antall transaksjoner per time i løpet av Black Friday

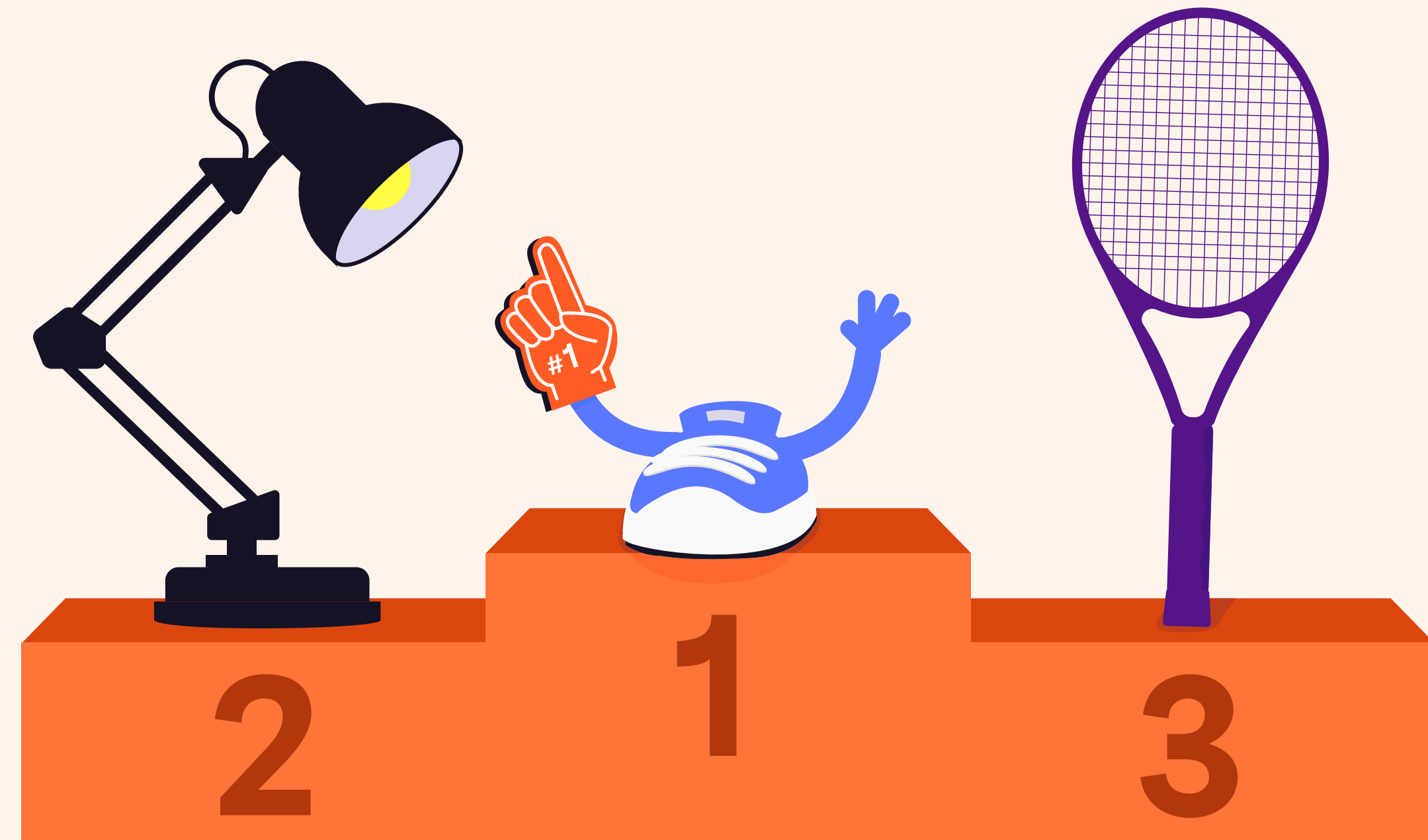
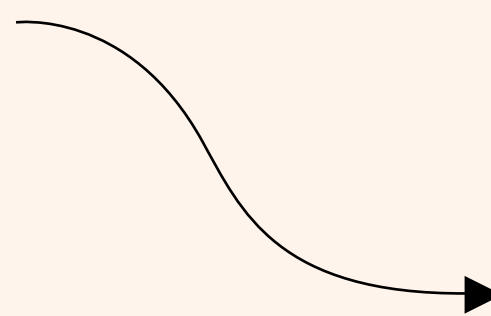


VM i Black Week

Hvilken bransje stakk av med seieren? Velkommen til årets Vippsmesterskap i Black Week, eller VM som vi kaller det!

Bransjene stod (muligens) med litt ulike utgangspunkt på startstreken. Der noen fremstår som perfekte julegaver – både til seg selv og andre – bærer andre preg av å ikke være storfavoritter i et marked som preges av innstramminger.

Her er pallen for varehandel med Vipps på nett



Omsetningsveksten var størst innen klær, sko og tilbehør, med en vekst på 57 %. Deretter fulgte møbel og innredning (56 %), sport og fritid (53 %) og apotek og kosmetikk (46 %). Elektronikk og hvitevarer var den eneste kategorien med en negativ utvikling på minus 21 %

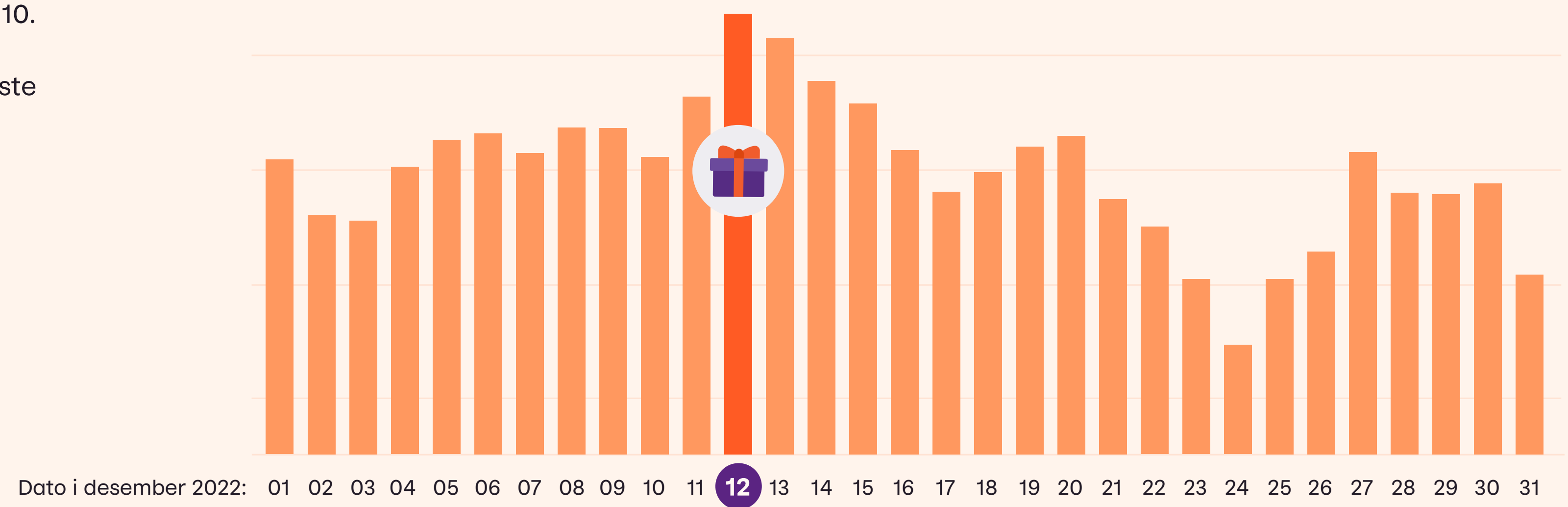
Den store julehandeldagen

Desember er full av merkedager. Fra Lucia-dagen og “bulkedagen”, til det vi (kanskje, ifølge reportasjene) kan kalle “panikkdagen” på kjøpesentrene lille julaften.

Ser vi nærmere på tallene fra Vipps finner vi også konturene av en ny høytidsdag: Handle-julegaver-på-nettdagen – mandag 12. desember!

Kan vi spekulere litt i hvorfor? Mange får lønn rundt 10. og 12. desember, men la oss heller ikke glemme den gode gamle postgangen. I 2022 var 16. desember siste frist for å få pakkene hjem til jul.

Antall transaksjoner med Vipps på nett i varehandelen



Gammel giverglede på julaften

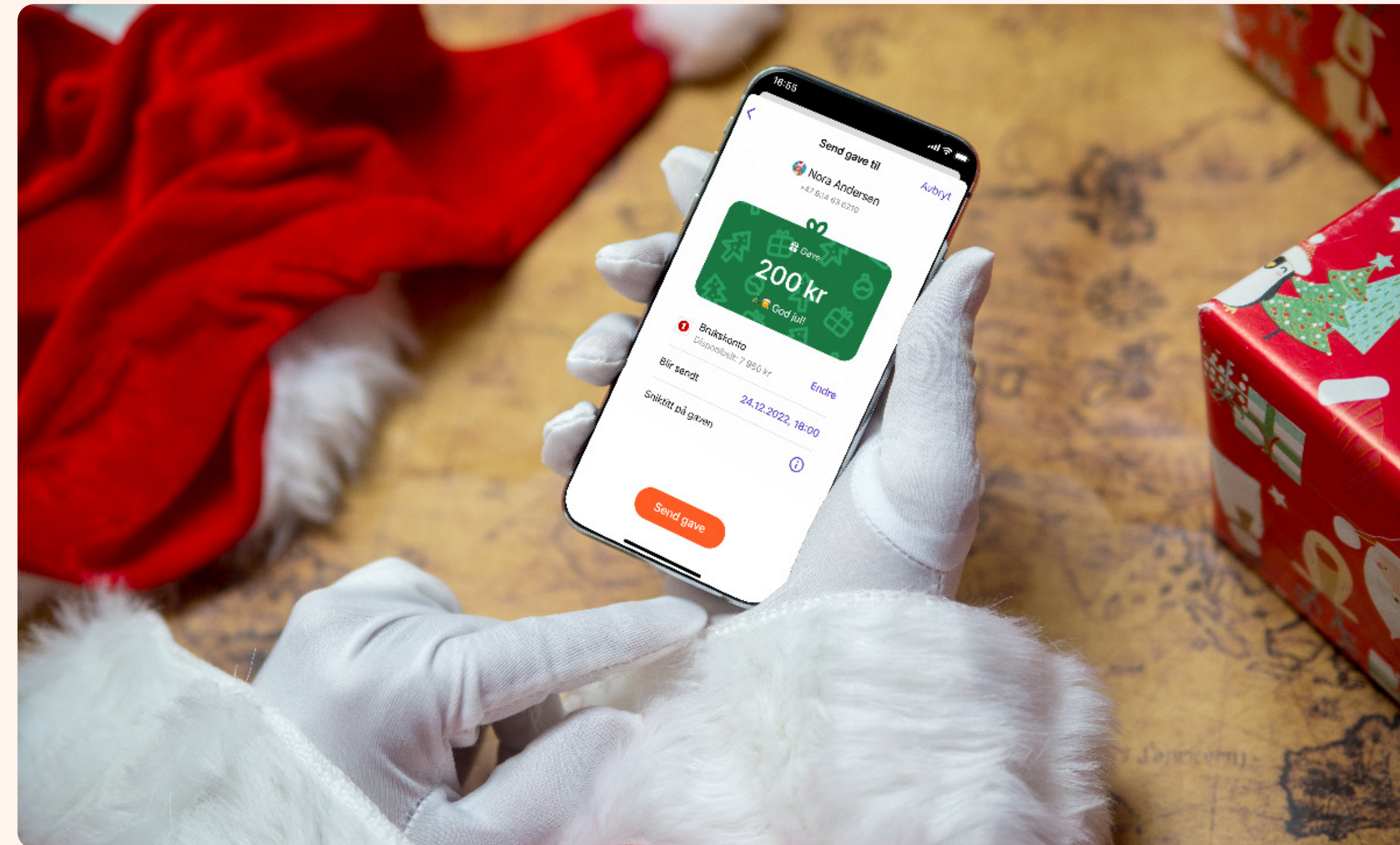
De eldste vippsere utgjør gruppen som vokser mest når det gjelder å pakke inn gaver med digitalt gavepapir på julaften.

6 000 personer over 80 år brukte digitalt julepapir da de vippset gaver til sine kjære 24. desember i 2021. I fjor var antallet 8 400, noe som er en vekst på 40 %. Ingen andre aldersgrupper hadde like stor økning.

– Det varmer godt i hjertet at veksten er størst hos de eldste. Vipps skal være veldig, veldig enkelt for absolutt alle. På vegne av heldige barnebarn og oldebarn rundt om i landet er det bare å takke familieoverhodene for å ha valgt en innpakning som gjorde opplevelsen ekstra spesiell, sier kommunikasjonssjef Caroline Lunde i Vipps.

Til sammen vippset nordmenn hverandre 1,4 millioner ganger på julaften. Der er mer enn dobbelt så mye som på en vanlig hverdag og 100 000 mer enn julaften 2021. 327 000 av betalingene ble gitt med digitalt gavepapir og konfetti.

– Den typiske julegaven i Vipps i år er 952 kroner og sendes fra en kvinne mellom 50 og 59 år til en mottaker mellom 20 og 29 år, sier kommunikasjonssjef Caroline Lunde i Vipps.



304 000 unngåtte krangler



Vårt viktigste bidrag til å sikre god stemning på utallige bilturer i 2022 var å feste små, oransje klistremerker med QR-koder på ladestasjoner i hele Norge.

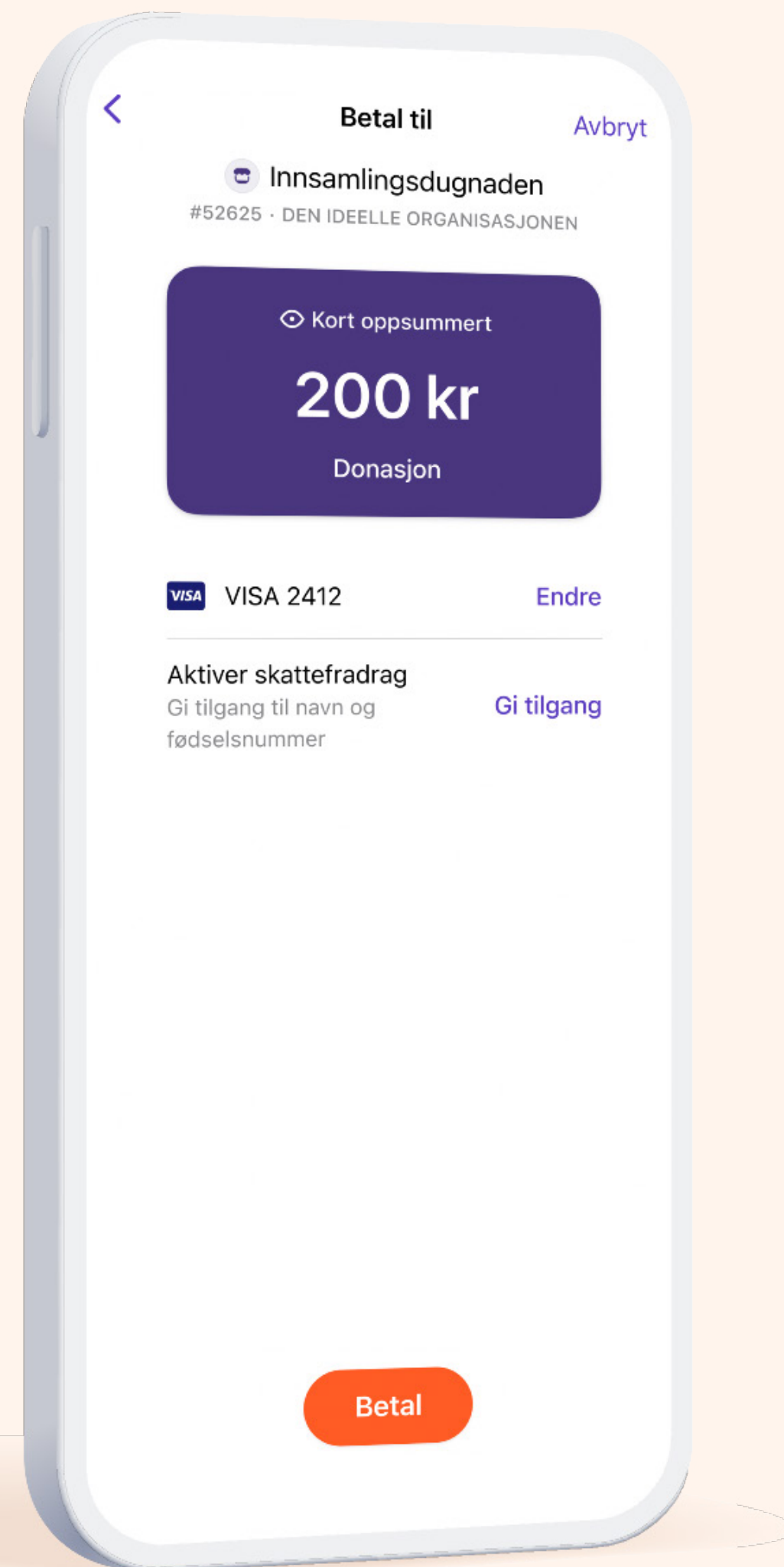
“JA, JEG SER AT BATTERIET SNART ER TOMT! MEN VI HAR VERKEN APPEN ELLER LADEBRIKKEN SOM KREVES FOR Å HURTIGLADE PÅ NESTE LADESTASJON, SÅ HVA VIL DU AT JEG SKAL GJØRE?!”

Ingen har lyst til å være en del av en slik samtale, uavhengig av om den er med en annen eller deg selv. Frem til i fjor vår var sjansen likevel reelt til stede for at det skulle skje hver gang du satte deg i elbilen med et i overkant optimistisk sinn.

Men så i april lanserte ladeselskapene Eviny og Mer Vipps-betaling for hurtiglading, fordelt på cirka 4 000 ladepunkter i hele Norge. Siden da og fram til nyttår vippset 161 000 nordmenn for strøm på bilen. Og sørget for med 304 000 transaksjoner at like mange potensielle krangler aldri ble noe av.

Det er så veldig, veldig herlig at man nesten kjenner hjertebatteriet fylles!

14 millioner kroner i skattefradrag



I år fikset vi automatisk skattefradrag for gaver til organisasjoner. Givergleden viser at tjenesten var etterlengtet.

“Det er så mye knot med å registrere skattefradrag. Både vi og givere må fylle ut milelange skjemaer. Kan dere fikse dette for oss, Vipps?”

Lenge ble vi møtt med varianter av sitatet over av organisasjoner som kan tilby automatisk skattefradrag på pengegaver. Og siden alt som er betalings-knot skal forenkles, så gjorde vi nettopp det!

En giver kan få skattefradrag på pengegaver til organisasjoner godkjent av Skatteetaten hvis gaven er fra 500 til 25 000 kroner og gis til samme organisasjon i løpet av et år. Fremgangsmåten er veldig, veldig enkel.

Organisasjonen aktiverer skattefradrag i VippsPortalen. Neste gang du ønsker å vippse en gave til organisasjonen, kan du aktivere skattefradrag ved å gi samtykke til at Vipps deler nødvendige opplysninger med organisasjonen.

Siden lansering av skattefradrag i sommer har 540 Vippsnummer skrudd på skattefradrag, over 26 300 pengegaver er blitt sendt med skattefradrag og 14 millioner kroner er gitt i gaver som trekkes fra på skatten. Og veldig, veldig gøy: Det ble vippset ti gaver på 25 000 kroner med automatisk skattefradrag.

Gjennomsnittet: Hvem er egentlig vippseren?

Med 4,3 millioner vippsere er mangfoldet veldig, veldig stort, men tegner vi en strek på gjennomsnittet ser vi at vippseren nå er:



Kjønn

Kvinne*



Alder

30–39 år



Vippser mest mellom

kl. 14–15



Transaksjoner i snitt i Q4

30



Vippser en gave på

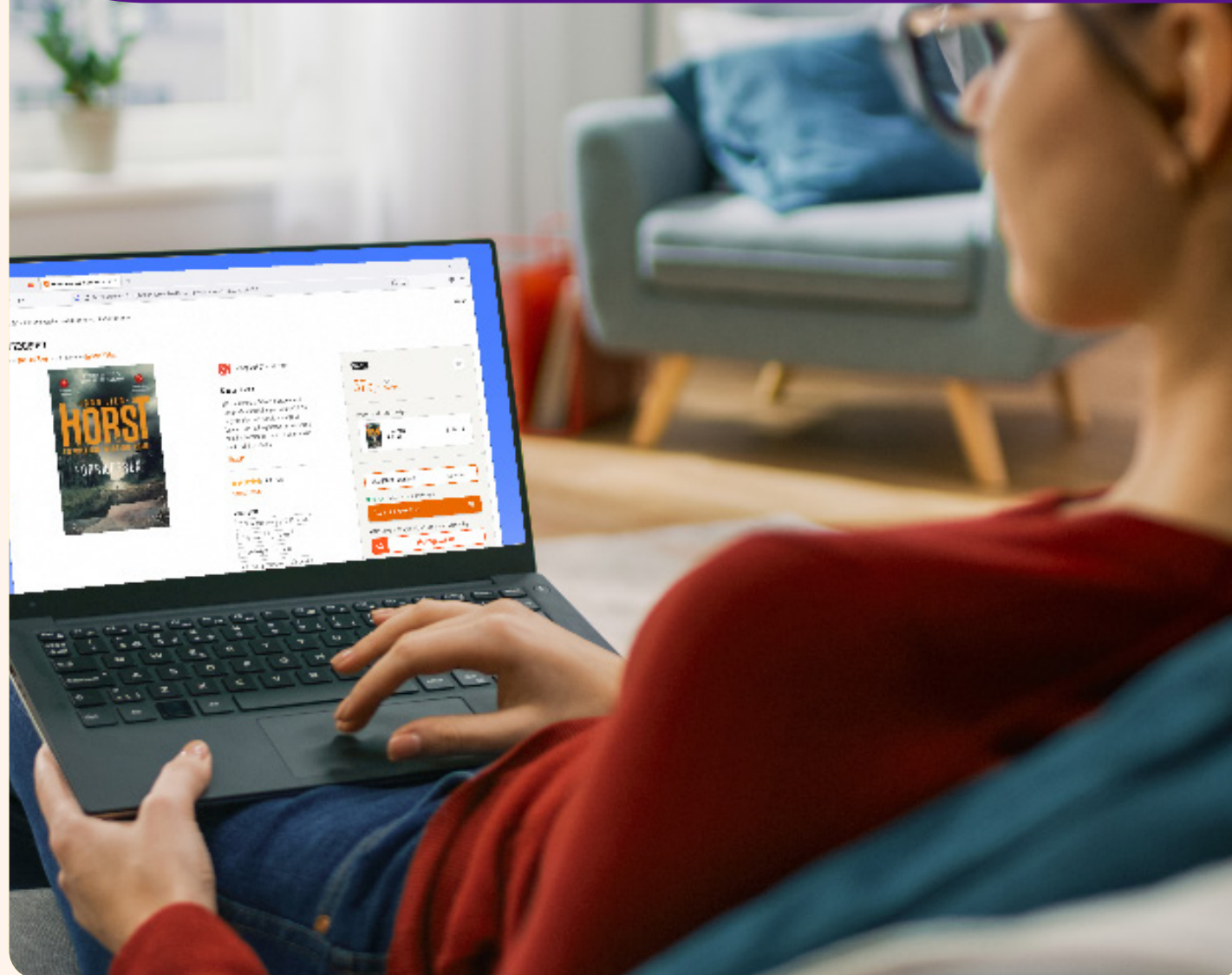
936 kr

*50,5 % kvinner



Fasit for 2023

Neida. Vi vet ikke hvilke betalingstrender som vil skinne sterkest i det nye året. Samtidig kan vi et og annet om nettopp betaling. Når vi analyserer kaffegruten, er dette tre trender som vi tror kan bli ekstra tydelige i år.



Mindre knot

I nedgangstider blir det ekstra tydelig hvem som er de dyktigste kremmerne. Tøffere konkurranse gjør at du som kjøpmann bør evaluere nettbutikken din. Data og erfaring viser at enklere kundeflyt, innlogging og betaling øker sannsynligheten for at kunden gjennomfører kjøpet.



Prissammenligning

Planlagt shopping vil øke. Mindre penger i lommeboka vil føre til at folk bruker med tid på å planlegge det som skal kjøpes. Og fordi det er enklere å sammenligne priser i netthandel enn i fysisk handel, er sjansen stor at veksten tiltar ytterligere på nett.



Live-shopping

2023 kan meget mulig bli året som live-shopping tar av i Norge. For: folk handler mer på nett. Så hvorfor ikke få den veiledningen og informasjonen du trenger, via for eksempel videochat, når du vurderer ulike varer i en nettbutikk?

v:pps AS

Robert Levins Gate 5, 0154 Oslo
(+47) 22 48 28 00

Pressekontakt
Caroline Lunde

(+47) 97 15 58 55