

PRESSMEDDELANDE

2026-02-25

E-handelns blindas fläck får eget branschindex

Efter köpet tappar många e-handlare insyn i vad som faktiskt formar kundens upplevelse. Leverans, retur och kundtjänst påverkar återköp och lojalitet, men är ofta svåra att mäta och jämföra. I april lanseras Delivery Experience Index, ett nytt branschindex baserat på 5 000 svenska konsumenter per år, som gör leveransupplevelsen jämförbar och ger e-handlare bättre beslutsunderlag.

”Leveransupplevelsen kan stå för upp till 42 procent av kundnöjdheten. Med Delivery Experience Index blir efterköpet mätbart och jämförbart, så att förbättringar kan prioriteras rätt”, säger Ola Wahlström, partner på Wahsel.

Delivery Experience Index hjälper e-handlare att benchmarka leveransupplevelsen mot andra aktörer i samma kategori och tydliggör var i kedjan värde går förlorat. Indexet följer kundens upplevelse från kassa till leverans, retur och kundtjänst. Syftet är att hjälpa e-handlare att förstå vad som enligt data faktiskt driver nöjdhet, återköp och lojalitet.

Bakom satsningen står tre aktörer med kompletterande kompetenser: Ingrid, som tillhandahåller en ledande plattform för leveransanalys, Insitepart med fokus på drift- och kompetensstöd inom logistik samt strategi- och analyskonsultföretaget Wahsel.

”E-handeln har blivit mycket bra på att optimera köptillfället, men det som händer efter klicket är ofta fragmenterat och svårt att få grepp om. Med Delivery Experience Index kopplar vi ihop leveransupplevelsen med konkreta kundinsikter så att e-handlare kan se hur deras val av leveransalternativ påverkar affären”, säger Piotr Zaleski, grundare och CPO på Ingrid.

Ingrids plattform för Delivery Intelligence samlar integrationer med transportörer, checkout-logik och leveransdata i realtid i ett sammanhållet system som möjliggör smartare leveransalternativ. Genom indexet sätts dessa tekniska möjligheter i ett bredare sammanhang där kundernas upplevelse och preferenser blir mätbara.

Insitepart bidrar med operativ och strategisk logistikkompetens och har daglig insyn i hur leveransupplevelsen faktiskt skapas i praktiken, från lager och fulfillment till last mile och returflöden.

”Som drift- och kompetenspartner inom logistik arbetar vi nära våra kunders dagliga verksamhet. Det gör att vi ser exakt var friktion uppstår och vilka förbättringar som ger verklig effekt. Delivery Experience Index gör det möjligt att koppla den operativa verkligheten till kundens upplevelse och affärens resultat”, säger Tobias Jonasson, vd på Insitepart.

Indexet kombinerar konsumentinsikter med företagsunika analyser och löpande efterköpsundersökningar. Det gör det möjligt att följa nyckeltal över tid och jämföra sig med konkurrenter.

För Wahsel handlar satsningen om att göra leveransupplevelsen till ett strategiskt område, inte bara en logistisk kostnadspost. Med lång erfarenhet av strategi, analys och praktiskt förbättringsarbete i retail och e-handel hjälper Wahsel ledningsgrupper att prioritera rätt insatser och driva förändring som märks i kundupplevelse och affär i praktiken.

”Efter köpet finns e-handelns största blinda fläck: leverans, retur och kundtjänst påverkar helhetsupplevelsen mer än många tror. Med Delivery Experience Index gör vi upplevelsen jämförbar och ger ett tydligt beslutsunderlag för vad som bör förbättras först. Det gör det enklare att få samsyn om prioriteringar och fokusera på det som driver återköp och lojalitet.”, säger Ola Wahlström.

Delivery Experience Index erbjuds som en prenumeration och riktar sig till e-handlare som vill ersätta antaganden med faktabaserade beslut. Ambitionen är att etablera en ny standard för hur leveransupplevelse mäts, jämförs och utvecklas inom svensk e-handel.

För mer information, vänligen kontakta:

Ola Wahlström

Partner, Wahsel

Telefon: +46 725 76 50 92

E-post: Ola@wahsel.com

www.wahsel.com

Tobias Jonasson

CEO, Insitepart

Telefon: +46 706 27 36 67

E-post: tobias.jonasson@insitepart.se

www.insitepart.se

Joyce Kremer

Head of Marketing, Ingrid

Telefon: +316 578 861 08

E-post: joyce.kremer@ingrid.com

www.ingrid.com