

# Digitala handeln mellan företag inte längre en sidointäkt – AI ses som ny tillväxtmotor

Den nordiska digitala handeln mellan företag fortsätter att utvecklas och står nu för 31 procent av intäkterna hos bolag som säljer digitalt. I takt med att kundernas digitala mognad och förväntningar ökar, intensifieras bolagens satsningar på digital handel – satsningar som både driver tillväxt och ökar konkurrensen. Samtidigt pekas AI ut som den viktigaste drivkraften för framtidens digitala handel. Det visar årets rapport **Nordic Digital Commerce in B2B från Litium**.

– Årets rapport visar tydligt att B2B-företag inte längre ser digital försäljning som en sidointäkt, utan som en central del av affärsstrategin. Kunderna förväntar sig digitala köpupplevelser, budgetarna för satsning på digital handel ökar och förväntningarna på försäljningen de kommande åren är höga, säger Malin Bodolla, CMO på Litium och ansvarig för rapporten.

Årets rapport är den tionde i rad och bygger på svar från 915 beslutsfattare inom tillverkning, distribution och grossistledet i Norden och visar bland annat att:

- 81 procent använder digitala kanaler i sin försäljning
- 31 procent av intäkterna kommer från digital handel
- 93 procent ser digital försäljning som en del av affärsstrategin
- 42 procent upplever att kundernas förväntningar på digitala köp är höga eller mycket höga
- 58 procent förväntar sig ökade budgetar för satsning på digital handel det kommande året
- 67 procent av bolagen som säljer digitalt räknar med fortsatt tillväxt

## Digitalt som komplement inte ersättning

För de flesta bolag är digital försäljning fortsatt ett komplement till den mer personliga affären, inte en ersättning. Fokus ligger på att effektivisera befintliga kundrelationer genom att automatisera order- och offertflöden samt delar av leveranskedjan. Samtidigt ökar ambitionen att stärka kundspecifika erbjudanden online genom personalisering, ett område där AI ses som en nyckelkomponent.

Utmaningarna är dock tydliga. Kunderna förväntar sig sömlösa upplevelser där de obehindrat kan växla mellan digitala kanaler och personlig kontakt. För att lyckas krävs en djupare förståelse för kundresan och tydliga prioriteringar kring var digitala lösningar skapar mest värde.

## Pressmeddelande

04 maj 2026 08:55:00 CEST

– Den personliga försäljningen kommer fortsatt vara central i många B2B-företag, men kompletteras i allt större utsträckning av digitala flöden. Det handlar om att göra rätt erbjudanden mer tillgängliga, skalbara och enklare att arbeta med och samtidigt förstå vad som faktiskt skapar värde för kunden. I slutänden stärker det både kundrelationerna och den interna effektiviteten, avslutar Malin Bodolla.

**Om rapporten Nordic Digital Commerce in B2B 2026:** Årets rapport är den tionde och omfattar 915 beslutsfattare och gjordes i januari 2026. Beslutsfattare i B2B-bolag i Sverige, Norge, Danmark och Finland har tillfrågats kring deras satsning på digital handel och ger en heltäckande bild av det digitala B2B-landskapet. Syftet är dels att öka Litiums förståelse för marknaden, dels att kunna sprida kunskap och insikter mellan företag. Investeringar i digitala kanaler är inte bara avgörande för att hantera dagens affärsutmaningar utan också viktiga för framtiden. Hela rapporten hittar du här: <https://www.litium.se/b2b-rapport>

### För mer information kontakta:

Malin Bodolla, CMO Litium

Mobil: +46 73 800 35 40

E-post: [malin.bodolla@litium.com](mailto:malin.bodolla@litium.com)

### Om Litium

Litium AB (publ) är en av Nordens ledande aktörer inom digital handel. Vi hjälper företag inom B2B och B2C att accelerera sin försäljning, snabbt skala upp sin verksamhet, nå nya marknader och samtidigt skapa marknadsledande kundupplevelser online. Vi gör det genom att erbjuda en skalbar och molnbaserad e-handelsplattform som är byggd för tillväxt. Våra kunder som Lindex, Tingstad och Jollyroom omsätter över 20 miljarder kronor årligen online. Litium agerar tillsammans med sitt partnersätverk på den globala marknaden och är noterat på Nasdaq First North Growth Market. Amudova AB är bolagets Certified Adviser och kan nås på [info@amudova.se](mailto:info@amudova.se) eller +46 8 545 017 58. För mer information besök gärna [litium.se](https://www.litium.se).

### Bifogade bilder

[Malin Bodolla CMO Litium](#)