

Sju av tio nordiska B2B-bolag saknar AI-policy för försäljning och marknadsföring

AI-användningen ökar snabbt bland nordiska B2B-bolag, men styrningen hänger inte med. En ny rapport från Litium visar att endast 33 procent har en policy för hur AI ska användas inom digital försäljning och marknadsföring. Samtidigt uppger 39 procent att de saknar en policy, men arbetar aktivt med att ta fram en.

– AI håller snabbt på att förändra hur B2B-kunder söker information, jämför produkter och fattar köpbeslut. För företag med stora eller komplexa produktutbud blir det särskilt viktigt att ha struktur på både data och arbetssätt. När AI flyttar in i den digitala kundresan behövs tydligt ansvar och tydliga ramar för hur tekniken ska användas för att skapa verkligt affärsvärde, säger Malin Bodolla, CMO på Litium.

Rapporten visar också tydliga skillnader mellan olika typer av bolag. Tillverkande företag ligger något före, där 38 procent har en policy på plats, jämfört med 26 procent bland grossister och distributörer.

Skillnaderna blir ännu tydligare när bolagsstorlek vägs in. Bland de minsta bolagen, med en omsättning på 0–2 miljoner euro, uppger 40 procent att de varken har en AI-policy eller planerar att införa en. Bland de största bolagen, med en omsättning över 50 miljoner euro, är motsvarande siffra 13 procent.

Samtidigt ökar AI-användningen snabbt. 45 procent av nordiska B2B-bolag använder i dag AI i någon form för att utveckla sin digitala affär och kundupplevelse, jämfört med 24 procent föregående år. Bland de bolag som redan använder AI uppger 87 procent att tekniken hittills haft en positiv effekt på verksamheten.

– Nästa steg handlar om att gå från experiment till faktisk användning i verksamheten. För att kunna skala AI i B2B behöver företag koppla ihop tekniken med rätt data, system och affärsprocesser. Det blir särskilt viktigt när AI börjar användas i kundnära områden som försäljning, support och digital handel, där kvaliteten på både data och styrning direkt påverkar resultatet, säger Kristian Arvidsson, CAIO på Litium.

Enligt Litium visar resultaten att nästa fas av AI-utvecklingen i B2B kommer att handla mindre om att börja använda AI och mer om förmågan att integrera tekniken i arbetssätt, system och kundprocesser.

Ladda ner hela rapporten här: www.litium.se/ai-rapport-b2b

Om rapporten

Rapporten "AI in B2B commerce: From pilots to execution" är en kompletterande rapport till Litiums huvudrapport Nordic Digital Commerce in B2B 2026. Undersökningen bygger på svar från 915 beslutsfattare i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Studien genomfördes i januari 2026 och fokuserar på företag som säljer fysiska produkter i en B2B-kontext, inklusive



Pressmeddelande

30 september 2026 08:08:00 CEST

tillverkare, distributörer, återförsäljare och grossister. Projektet har letts av B2B-byrån Crescando i samarbete med undersökningsföretaget Norstat

För mer information kontakta:

Malin Bodolla, CMO Litium

Mobil: +46 73 800 35 40

E-post: 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 partnersnätverk 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 eller +46 8 545 017 58. För mer information besök gärna litium.se.