



Customer: Fyndiq **E-handelsfokus:** Rabatterade erbjudanden från tusentals e-handlare
Plats: Sverige **Klarnalösning:** Klarna Checkout

Fyndiq uppgraderade till Klarna Checkout – ökade genast lönsamheten

Om ni idag använder Klarnas faktureringslösning kan det tänkas att ni drar er för att uppgradera till Klarna Checkout eftersom den extra intäktskällan från fakturaavgifterna då går förlorad. Precis så var det för marknadsplatsen Fyndiq, som har relativt små marginaler på sina runt 3 miljoner rabatterade erbjudanden från tusentals svenska e-handlare. Varje faktura höjde marginalerna på varje beställning rejält, så företagets ledningsgrupp gillade först inte alls idén att ta bort dessa vinstdrivande fakturaintäkter. Men efter ett omfattande A/B-test fick man svart på vitt att det ändå lönade sig att investera i Klarnas förstklassiga betalningssystem.

”Först var vi väldigt tveksamma till byta till Klarna Checkout eftersom fakturaavgifterna gav oss så mycket intäkter. Men A/B-testet visade motsatsen. Efter bytet tjänar vi mer, och har en mer hållbar intäktsmodell.”

– Fredrik Norberg, vd på Fyndiq

Klarna.

FYNDIQ

Utmaning

I flera år tog Fyndiq 29 kronor i fakturaavgift på varje order. Med tanke på den stora volymen transaktioner – ungefär en miljon per år – gav fakturaavgifterna ett rejält påslag på årsintäkterna. Det var en trevlig inkomstkälla som ledningen i företaget inte ville förlora. Fast samtidigt insåg man att pappersfakturer är på väg bort i det digitala samhälle vi lever i. Det var ingen hållbar väg att fortsätta springa på.

Lösning.

Fyndiq gjorde ett A/B-test för att ta reda på hur konvertering, omsättning, ordervärde och vinst påverkas med Klarna Checkout. Testet pågick i två veckor i början av 2017 och inkluderade 100 000 checkout-processer.

Resultat.

Det enda nyckeltalet som försämrades i A/B-testet var snittordervärdet. Det sjönk med 7 procent, en naturlig konsekvens när betalningsprocessen blir så enkel och smidig fler billiga spontanköp går till avslut utan att kunderna hoppar av på vägen. Alla andra nyckeltalen förbättrades med Klarnas mest kraftfulla produkt. I genomsnitt steg konverteringen med 11 procent, på mobila enheter med 13 procent. Konverteringen av förstagångskunder ökade med 21 procent. Dessa konverteringsförbättringar gav en rejäl skjuts i försäljningsvolymen, vilket gott och väl kompenserade både för det minskade snittordervärdet och – ännu viktigare – för de tappade fakturaintäkterna. Klarna Checkout visade sig vara så lönsamt att Fyndiq omedelbart bestämde sig för fortsätta med den lösningen.

”Under 2018 räknar vi med två miljoner beställningar och runt 400 miljoner i vinst. Det är lätt att se hur Klarna Checkouts 11-21 procent högre konvertering ger en stor skillnad på sista raden. Den ökade omsättningen överträffar med råge vad vi förlorat på de uteblivna fakturaavgifterna”, säger Fredrik Norberg, vd på Fyndiq.

Men inte nog med det. Med Klarna Checkout krävs inte längre att två utvecklare jobbar heltid med att hålla betalningsprocessen uppdaterad. De tekniska investeringar som deras inhouse-lösning också krävde då och då, slipper man nu helt då detta sköts av Klarna.

”Vi jobbade tidigare hårt på att implementera best practice, men kunde omöjligt komma upp i Klarnas innovationstakt när det gäller betalningar. Ytterst få e-handelsbolag i världen klarar det. Det skulle vara Amazon i så fall.”

Med Klarna Checkout har Fyndiq inte bara blivit mer lönsamt, utan är även bättre rustat för sin internationella expansion under 2019.

6,5 skäl att välja Klarna.

1. Göra köpresan så snabb och enkel som möjligt
2. Öka antalet betalningsalternativ
3. Öka antalet transaktioner i kassan
4. Minska administrativa kostnader
5. Förbättra kundservicen
6. Kunna använda Klarna som komplement in-store
- 6,5. Och så är det smooth

Klarna.

FYNDIQ