

Hvad er desk research (secondary research)?

Man benytter andres viden om et bestemt emne i sin undersøgelsesproces, for at få en bredere viden om det emne. For eksempel kan man bruge en undersøgelse eller data fra en analyse medvidere, som der allerede er lavet, for at finde ud af noget om en bestemt målgruppe eller et bestemt emne med mere. Dermed er man bedre stillet og har mere viden, til hvis man selv skal ud at lave undersøgelser, og man undgår nemmere at stille irrelevante spørgsmål. Det omvendte af sekundær research er primær research. Primær research er når du fysisk selv går ud og finder ud af ting om et givent emne.

Links til sider om hvordan man sælger produkter online:

<https://www.3dcart.com/sell-online.htm>

3 t-shirt-shops:

Jørnæs productions:

<https://jornas-butik.dk/shop/t-shirts-8c1.html>

Printify (her kan man designe sin egen t-shirt):

https://printify.com/make-your-own-shirt/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=NB_pod_EUR&amcc_channel=googlecpc&amcc_campaign=NB_pod_EUR&gclid=Cj0KCQjwk8b7BRCaARIsAARRTL4tkrQRNNT1E5IWhL_sn4bpNo5kNI-XUs3VRLF5z_y9OLpL6C6lolsaAkQWEALw_wcB

Redbubble:

<https://www.redbubble.com/>

3 interessante webshops:

Han København (tøjmærke): <https://hankjobenhavn.com/shop/?pcat=women&v=dd65ef9a5579>

Helmstedt (tøjmærke) : <https://helmstedt-online.com/>

Kihoskh: <https://www.kihoskh.dk/>

Jeg har undersøgt danskernes e-handel-vaner, ved at læse en pdf fra 2019 angående ehandelsanalyse i Danmark.

-Jeg har fundet ud af at e-handel er fordoblet over de seneste år.

-At danskerne er et af de lande der handler mest online.

-At danske ehandeludbydere er i konkurrence med de udenlandske.

-“De unge forventer i højere grad indhold i form af produktanmeldelser og produktbilleder samt fokus på bæredygtighed, mens de ældre ville ønske, at deres foretrukne netbutikker lettede adgangen til kundeservice.”

-Danskerne laver ikke så mange kopivarer.

De ti vigtigste indsigter:

Primær viden og data er fundet her: <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/01-analyser/analysenotater-2020/e-handelsanalysen-2019.pdf>

1. Internettet har fuldstændig ændret den måde, vi handler på.

2. Det er let for forbrugere at handle online, men langt sværere at sælge online.

3. Danskernes e-handel forbrug er steget fra 129 mia. Kr. til 146 mia kr.

På blot et år (<https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/01-analyser/analysenotater-2020/e-handelsanalysen-2019.pdf>)

4. Danskerne ligger i front når det kommer til e-handel.

5. “Danskernes nethandel i både ind- og udland er steget i forhold til 2018, men dog mest på det indenlandske marked. Her brugte danskerne i 2018 85 mia. kr., hvilket vil sige, at den indenlandske e-handel er steget med 15 pct. fra sidste år til i år. Det er gode nyheder for de dansk”

6. Danske ehandelsvirksomheder er i stadig større konkurrence med udenlandske virksomheder,

7. “En simplificeret og statisk beregning peger på, at en øget indenlandsk omsætning på 13 mia. kr. i detailhandlen kan medføre i omegnen af 3.700 nye arbejdspladser med relation til e-handel.”

8. “Samlet set handler danskerne 96 pct. af deres varer i netbutikker inden for EU.”

9. Danskerne bruger mange penge på e-grænse handel med varer fra Tyskland (fx Zalando og Zooplus)

10.

Den danske moms gør det svært for Danmark at konkurrere med udlandet.

“Danskerne betaler gennemsnitligt 31 pct. i moms og forbrugsafgifter, når de handler med varer og services, uanset om handlen foregår i fysiske butikker eller på nettet. Det betyder først og fremmest, at danske netbutikker ligger i særdeles hård konkurrence med udenlandske netbutikker. Det skyldes, at udenlandske netbutikker i nogle tilfælde kan sælge danskerne momsfritagne varer eller varer underlagt udenlandske momssatser, som typisk er lavere end den danske. Den høje danske forbrugsbeskatning har også betydning for de danske netbutikkers konkurrenceevne på andre markeder end det danske.“