

Dold churn i fakturaflödet

Hur du möter dina kunders förändrade beteenden och behov i betalresan

amili



Baserad på en rikstäckande undersökning bland 1 018 konsumenter, genomförd av Trakkster på uppdrag av Visma Amili AB.



1 av 3

...byter leverantör efter en dålig betalupplevelse.

Friktion i fakturaflödet är en onödig affärsrisk. När en missad betalning möts av stelbenta processer väljer 31 % din konkurrent nästa gång.

Fråga: Har du någon gång valt bort ett företag på grund av hur de hanterade en missad betalning? Bas: N = 1 018

amili



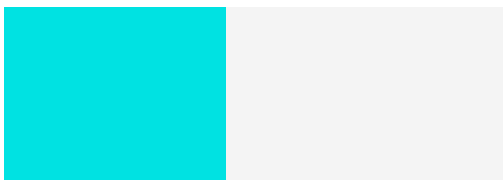
8 av 10 har missat en faktura

Att över 80 % av svenskarna någon gång har missat att betala i tid visar att påminnelsen inte är ett undantag, utan en självklar del av kundresan.

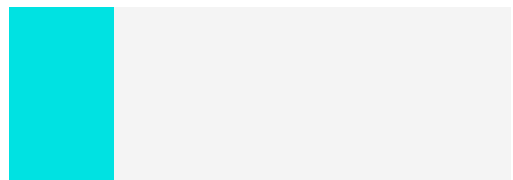
När fick du senast en betalningspåminnelse? Bas: N = 1018.

Glömska skapar friktion

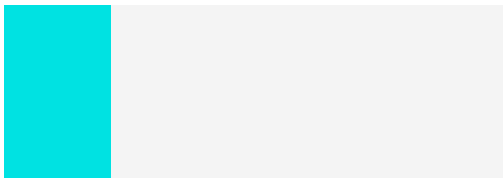
En missad betalning handlar sällan om betalningsovilja. Närmare 80 % av alla missade betalningar beror istället på glömska, missförstånd eller felaktiga kanaler, faktorer du som fakturautställare kan påverka.



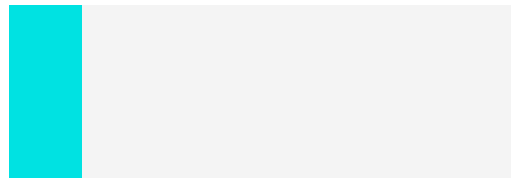
44 % glömde bort fakturan



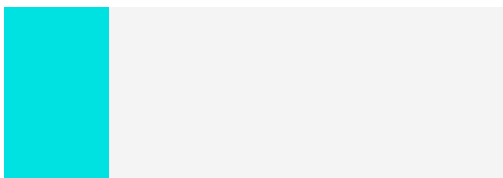
21 % hade inte råd att betala



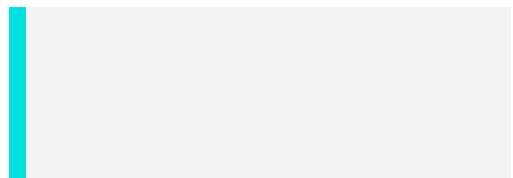
21 % fick aldrig fakturan



14 % fick fakturan i fel kanal



21 % trodde de hade betalat



3 % missade av annan anledning

När fick du senast en betalningspåminnelse? Bas: N = 1018 Om du någon gång missat en betalning, vad var orsaken?
Bas: N = 866 (har någon gång fått en påminnelse)

Vänlig ton en lönsam strategi

Hur duktig är din ekonomiavdelning på kommunikation? Rätt ordval kan vara helt avgörande för att behålla kunden efter en missad betalning. När vi testade hur konsumenter reagerar på olika budskap blev resultatet glasklart, en vänlig påminnelse ger:



+40%

Ökad återköpsintention



+37%

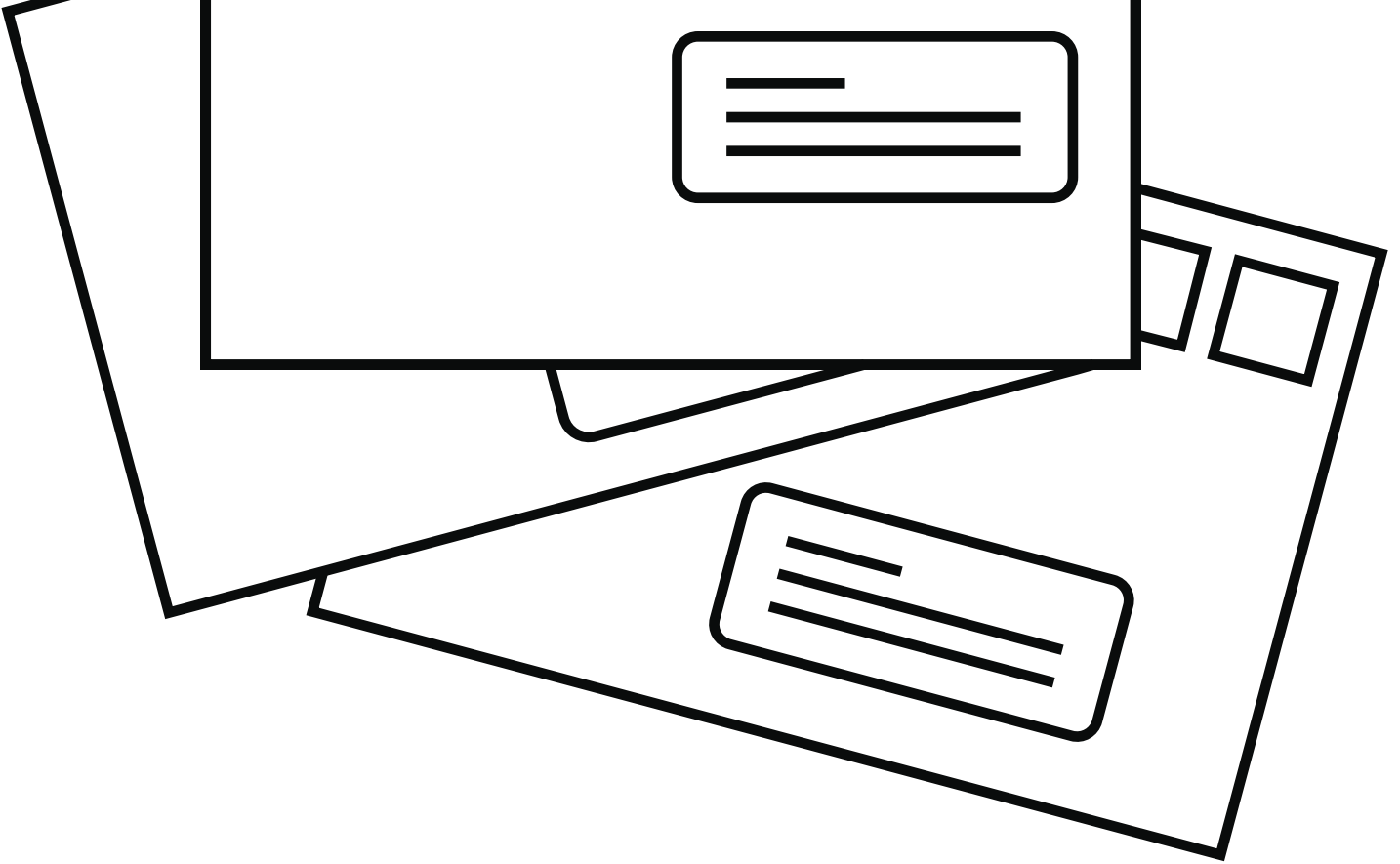
Ökad kundnöjdhet



+52

NPS-poäng

Hur skulle detta meddelande påverka din övergripande nöjdhet med företaget där du gjorde ditt köp? Hur sannolikt är det att du skulle handla från samma företag igen efter att ha fått detta meddelande? Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera det här företaget till en vän eller kollega? Bas: N = 1018 (hård 487, vänlig 531). Skala 1-7, NPS 0-10



E-postfakturan, en falsk trygghet?

En hjälpsam ton gör stor skillnad, men budskapet måste också nå fram. Hela 83 % av de som missat en faktura de mottagit via e-post, föredrar att få fakturan i en annan kanal.

E-postfakturan har blivit en av betalresans största blinda fläckar. Utan aktiva notiser eller smidiga betalvägar drunknar fakturan snabbt i inkorgen.

I vilken kanal kom fakturan? vs. I vilken kanal hade du önskat att fakturan kom? Bas: N = 313 (har inte fått fakturan eller fått i fel kanal).



76%

vill lämna papperet

Drygt en tredjedel av alla fakturor som inte når fram i tid levereras i dag via post. Samtidigt vill hela 76 % av mottagarna helst slippa pappersfakturan. Att fortsätta skicka brev innebär höga distributionskostnader för att använda en kanal som dina kunder aktivt försöker undvika.

I vilken kanal kom fakturan? vs. I vilken kanal hade du önskat att fakturan kom? Bas: N = 313 (har inte fått fakturan eller fått i fel kanal).



1 av 3 föredrar digital brevlåda

Hela 31 % föredrar att få sina fakturor till en digital brevlåda. Genom att möta kunderna i en kanal med inbyggda notiser och påminnelser minskar du risken för glömska och kortar ledtider.

Hur föredrar du att få information om dina fakturor och betalningspåminnelser? Bas: N = 1018

Var fakturan hamnar spelar stor roll för vad som händer sen. När räkningar kommer från flera håll, som mejl, sms och appar, blir det lätt rörigt. Då är det också lätt att missa, glömma eller skjuta upp betalningar.

När allt istället samlas på ett ställe där man redan är, och där påminnelser och betalning finns i samma flöde, blir det enklare att hantera. Det ser vi tydligt: fakturor i Kivra betalas i snitt fem dagar tidigare än i andra kanaler. Inte för att man vill betala mer, utan för att det blir lättare att göra det direkt.

Samtidigt är fakturan ett av få tillfällen där man faktiskt stannar upp. I Kivra öppnas 99 procent av allt som skickas. Då finns också en chans att få rätt information i rätt läge. Till exempel väljer upp till 40–50 procent att slå på autogiro när det erbjuds enkelt, vilket gör att färre betalningar missas.



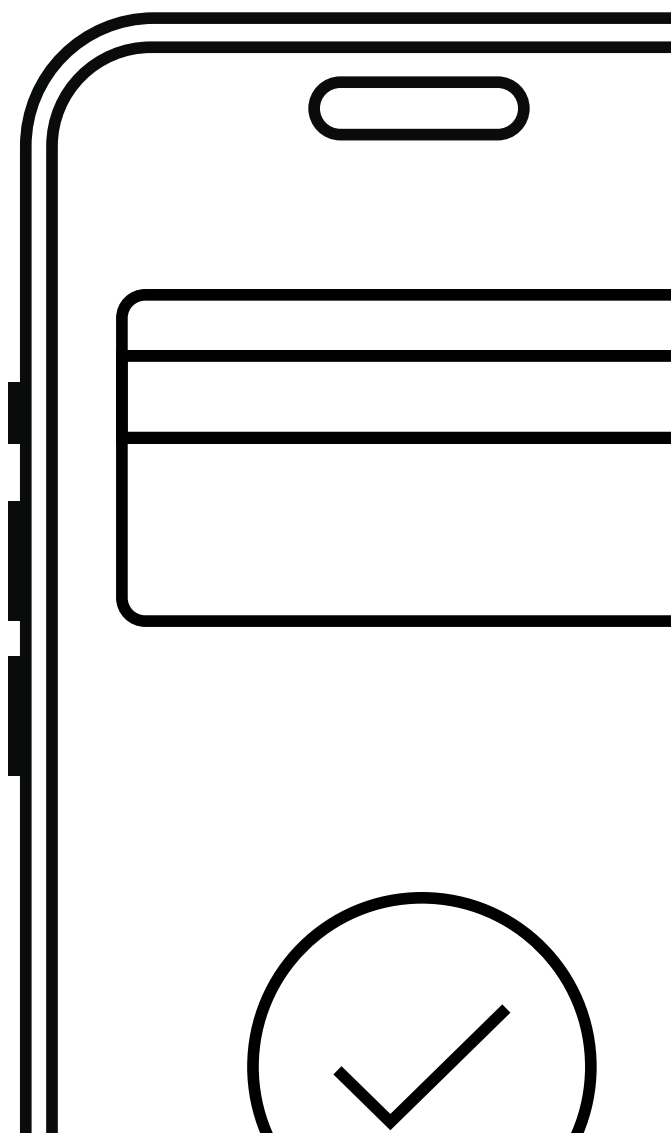
Magnus Ekman
Product Manager på Kivra

40%

av unga vill betala med Swish

Bland 18–34-åringar är Swish inte bara ett alternativ, det är ett krav. Att tvinga in en digital generation i analoga flöden är det snabbaste sättet att skapa friktion.

Hur föredrar du att få information om dina fakturor och betalningspåminnelser? Bas: N = 1018



amili

Att 40 % av unga föredrar att betala sin faktura med Swish bekräftar ett tydligt beteendeskifte; unga vill betala direkt i stället för att vänta till löning.

Det skapar en stor möjlighet för dig som företagare. Genom att erbjuda de betalsätt som dina kunder efterfrågar stärker du inte bara kundnöjdheten, du får också snabbare betalt.

Många företag lägger stora resurser på köpresan, men glömmer att fakturaflödet är en kritisk del av kundmötet. Att addera administrativ friktion i det skedet sänker betalningsviljan och riskerar skava på kundlojaliteten.

I slutändan är det enkelt, de företag som gör det lättast att betala, är också de som får betalt först.



Simon Nilsson

Chief Business Officer på Swish



97 % tveksamma till AI-support

Fakturafrågor är en vanlig orsak till att ta kontakt med kundtjänst. Men när frågorna rör något så pass känsligt som pengar, föredrar konsumenter fortfarande att prata med en människa.

Om du behöver kontakta ett inkassobolag, vilken kommunikationskanal föredrar du? Bas: N = 1018.

Att 97 % tvekar inför AI-botar är en reaktion på tidigare dåliga upplevelser, inte på tekniken i sig. För att en AI-bot ska fungera i betalresan krävs rätt underlag och djup integration. En bot blir aldrig bättre än den data och de system den vilar på.

Minst lika viktig är säkerhetsaspekten. Att implementera AI utan ett tydligt fokus på datasäkerhet, internkontroll och regelefterlevnad innebär en enorm affärsrisk. När det handlar om pengar och känsliga kunddata är detta en absolut förutsättning.

Först när AI-boten vilar på rätt data, strikta regelverk och säkra processer kan tekniken hantera enkla och återkommande uppgifter på ett säkert sätt. Genom att snabbt lämna över till en mänsklig handläggare när situationen kräver det, skapas en process som är både effektiv och juridiskt hållbar.



Mark Pihlak

Product Manager på Amili



Huvudinsikter

1

Betalning är en kritisk del av kundresan

Hela 31 % väljer att lämna ett företag efter en dålig upplevelse vid en missad faktura. Denna dolda churn bevisar att faktureringen inte kan behandlas som en administrativ slutstation, det är en avgörande kontaktyta för att behålla dina kunder.

2

En vänlig ton ökar betalningsviljan

De allra flesta missade fakturor beror på ren glömska (44 %). Att möta kunden med hjälpsamhet i stället för stela, administrativa processer ökar kundnöjdheten med 37 % och återköpsintentionen med 40 %.

3

Möt kunden där den befinner sig

En faktura som skickas via traditionell post eller e-post försvinner lätt i bruset. Genom att skifta till kundens föredragna digitala kanaler minskar du friktionen. Det är så du bygger starka kundrelationer samtidigt som du får snabbare betalt.

Om oss

Amili stärker företags och offentliga aktörers likviditet med en flexibel helhetslösning som täcker hela fakturans livscykel – från fakturering till påminnelse och inkassohantering.

Vår plattform fungerar som en naturlig förlängning av ditt befintliga ekonomisystem. Genom att automatisera de administrativa stegen frigör vi värdefull tid för din ekonomiavdelning, samtidigt som vi sätter din kunds unika behov och betalningsförmåga i fokus. Med Amili får du full kontroll, kortare ledtider till betalning och en tryggare likviditet.

Med 30 års erfarenhet och spetskompetens från Visma, en av Europas ledande teknikkoncerner, utvecklar vi skräddarsydda lösningar för verkliga behov. Vårt mål är att göra varje faktura till en betalning, så att du kan fokusera på din verksamhet och tillväxt.

Vill du se hur Amili kan stärka din likviditet?

Låt oss visa hur vi kan korta din DSO, automatisera dina processer och samtidigt stärka dina kundrelationer. Boka en 15-minuters demo så räknar vi på din potential.

[Boka möte](#)

amili

Om rapporten



Undersökningen genomfördes av Trakkster, ett insikts- och konsultföretag som kombinerar datadrivna insikter med beteendedesign för att hjälpa företag fatta smartare beslut och skapa verklig förändring, på uppdrag av Visma Amili.

Data & metod

1,018 respondenter

Svarstid 6.1 min genomsnitt [2.0, 19.5]

Kvinna 52 %, Man 48 %, Annat 0.2 %

Experiment: hård (487; 48 %), vänlig (531; 52 %)

18–76 år (genomsnitt 46.7)

Onlineintervjuer

Riksrepresentativt urval

Fältperiod: 1–6 april 2025

Stimuli för experimentdel

Svarstid 6.1 min genomsnitt [2.0, 19.5]

Experiment: hård (487; 48 %), vänlig (531; 52 %)

Instruktioner:

Läs texten noga och svara sedan på frågorna. Tänk dig att du nyligen köpte en ny bärbar dator för mellan 8 000–15 000 kr från ett välkänt elektronikföretag. Du är nöjd med produkten och köppplevelsen var smidig. Företaget skickade en faktura med 30 dagars betalningsvillkor. Nu har 7 dagar passerat sedan förfalldatumet och du får följande meddelande.

Hård kommunikation:

INKASSOKRAV

Er obetalda fordran avseende bärbar dator (fakturanr: 40128202) hos Elektronikföretaget AB har överlämnats för inkassoåtgärd. Skulden måste ovillkorligen regleras senast 2025-04-15.

Utebliven betalning medför omedelbar överlämning till Kronofogdemyndigheten, vilket resulterar i betalningsanmärkning samt betydande merkostnader. Lagstadgad inkassoavgift och dröjsmålsränta tillkommer.

Invändningar ska skriftligen inkomma före förfalldatum. Påståenden om ej mottagen faktura godtas ej.

Vänlig kommunikation:

Hej!

Vi har noterat att din betalning för den bärbara datorn från Elektronikföretaget AB inte har registrerats ännu.

Vi förstår att det ibland kan vara lätt att missa en faktura i vardagens stress. Skulle du kunna se över detta när du får möjlighet? Betalning behöver vara oss tillhanda senast 2025-04-15.

Hör gärna av dig om du har frågor eller vill ha hjälp med något! 😊