

INSIKTSRAPPORT FRÅN WAYKE

# Bilköp online.



Trygga bilköp från Sveriges bilhandlare

Hösten 2020 släppte vi vår första insiktsrapport. Den blev mycket uppskattad av olika aktörer inom den spännande bransch som vi alla verkar i.

Därför vill vi nu dela med oss av ytterligare insikter som vi samlat på oss och den här gången kommer rapporten fokusera helt på bilköp online.

Köp Online på Wayke har varit igång i över ett år och under tiden har en pandemi slagit till i världen. Vi ser hur stora delar av branschen ställt om på väldigt kort tid och digitala kliv har tagits på månader som troligtvis skulle tagit flera år i en normal värld.

Vi går igenom hur kunderna ställer sig till onlineköp av bil och går även igenom i detalj kring vilka det faktiskt är som klickat hem bilar under året.

Vi kommer förstås också bjuda på en hel del omvärldsspaning kring vad som händer inom e-handel och hur det påverkar bilbranschen.

**Trevlig läsning!**



## Innehåll

- Inledning
- Några ord från Wayke
- Wayke omvärld
- Kundundersökning
  - Hur känner kunden inför att köpa en ny bil?
  - Vilka sajter besöker man?
  - Hur redo är kunden att köpa bil online?
  - Vad krävs det av handlaren för att kunden ska våga köpa bilen online?
- Wayke insikter
  - Statistik kring bilköp online
- Intervju med Bilias om strategi för digitalisering
- Intervju med David Norrbohm om legala krav kring bilköp online
- Så här jobbar Wayke
  - Vi tar dig igenom köpflödet
  - Köp Online i flera kanaler

## NÅGRA ORD FRÅN WAYKE

När Wayke lanserade Köp Online var intresset stort, men många handlare kände sig inte redo att ta klivet fullt ut och man ifrågasatte om kunderna verkligen var redo att köpa en så dyr vara som en bil helt online. Ett år och en pandemi senare kan vi konstatera att kunderna (och även många av handlarna!) är redo. Bilaffärer som görs online ökar för varje dag och fler och fler handlare gör sina bilar tillgängliga för onlineköp.

Som ansvariga för Waykes partnerskap och produktutveckling har Köp Online-produkten varit bland det roligaste man kan få jobba med. Den ökade mognaden från både handlare och partners ökade också förväntningarna på produkten och funktionaliteten. Version 1.0 av Köp Online blev snabbt

version 2.0 där vi också utvecklade stöd för inbyte, identifiering med Bank-ID och stöd för bokning av hemleverans. Lite längre fram i rapporten kan man tydligt se att sannolikheten till en digital affär ökar ju fler funktioner man har aktiverat.

En av Waykes hörnstenar har alltid varit att genom partnerskap täcka så stor del av handlarnas ekosystem som möjligt för att stärka den totala affären. Redan nu finns finansiering och försäkring med i Köp Online och under våren kommer det med säkerhet dyka upp ännu fler spännande nyheter i flödet.

**Stay tuned!**



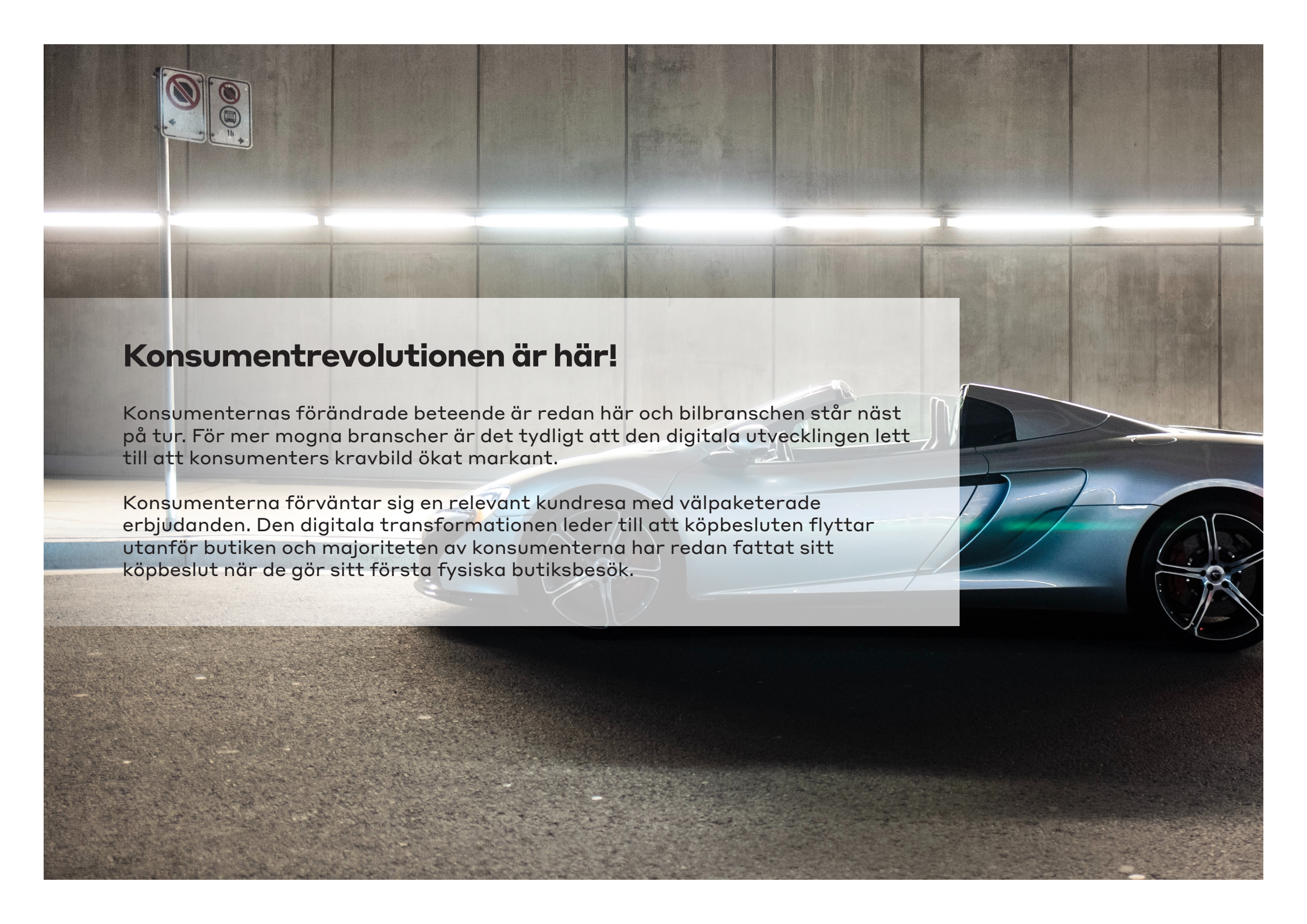
Sofia Forsling,  
Head of Partnership



Irma Markgren,  
Project Manager







## Konsumentrevolutionen är här!

Konsumenternas förändrade beteende är redan här och bilbranschen står näst på tur. För mer mogna branscher är det tydligt att den digitala utvecklingen lett till att konsumenters kravbild ökat markant.

Konsumenterna förväntar sig en relevant kundresa med välpaketerade erbjudanden. Den digitala transformationen leder till att köpbesluten flyttar utanför butiken och majoriteten av konsumenterna har redan fattat sitt köpbeslut när de gör sitt första fysiska butiksbesök.



## WAYKE OMVÄRLD

Förändrade förutsättningar betyder ofta ökade risker för de aktörer som inte lyckas hänga med i utvecklingen, samtidigt finns möjligheter för den eller de aktörer som kan ställa om snabbt och ta marknadsandelar. De aktörer som har lyckats bäst i mer mogna branscher är de som skapar den bästa kundnyttan, sätter konsumenten i fokus och på djupet förstår kundens digitala resa och behov.

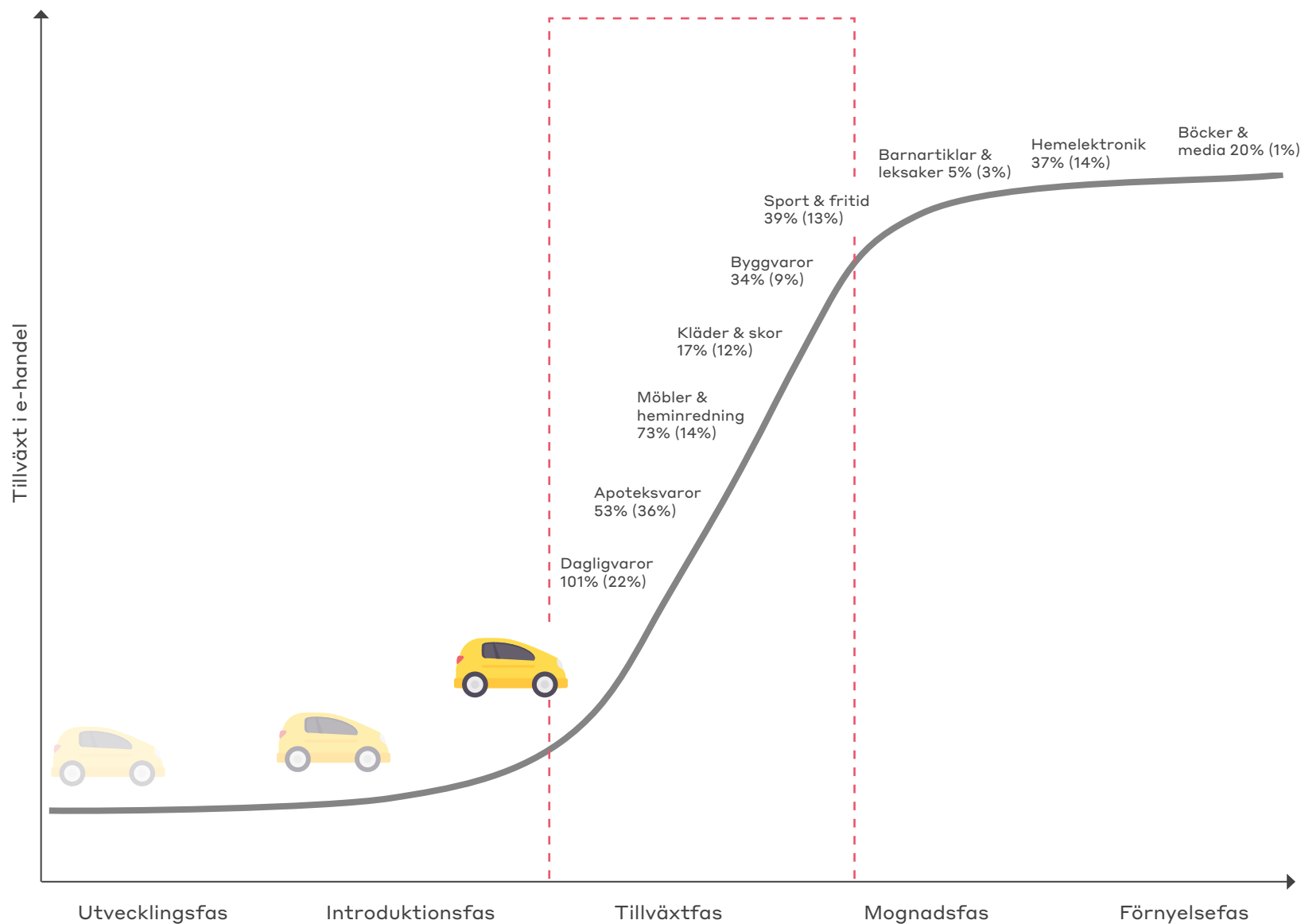
Bilbranschen är en av de branscher som är sist ut när de kommer till den digitala transformationen för e-handeln. Förändringen kommer inte ske över en natt utan gradvis. En sak är dock säker, den sker i allt snabbare takt. Den sociala distanseringen under pandemin driver på utvecklingen i en takt som aldrig tidigare skådats. Andelen som e-handlar har aldrig varit så hög som nu, 85% handlar nu på nätet och ett tydligt trendbrott är att denna utveckling inte enbart sker hos de yngre åldersgrupperna utan även hos de äldre. I december 2020 ökade den svenska e-handeln med 50% jämfört med december 2019\*.

Bilbranschen befinner sig i introduktionsfasen när det kommer till e-handels utveckling. Om det är något man som bilhandlare behöver ha med sig så är det vikten av att vara väl förberedd, för när det tar fart, då bär det av rejält. För den som står beredd inför nästa fas väntar en enorm tillväxtpotential vilket blir tydligt om man studerar de branscher som just nu befinner sig i tillväxtfasen.

Något som har blivit tydligt i pandemins spår är att e-handelsutvecklingen kommer påverka samtliga branscher oavsett vad du säljer. Byggvaror som säkert många inte anser sig passa särskilt väl för onlinehandel har haft en dramatisk utveckling under det senaste året och ökat med 34% under årets tredje kvartal.\*\*

Konsumenter förväntar sig att kunna konsumera produkter online oavsett om det rör sig om matvaror eller sällanköpsvaror som bilar. Sverige är det land i Europa som har högst andel e-handlare i åldern 15-79 år\*\*\* vilket gör möjligheterna oändliga för de aktörer som är med tidigt på denna spännande resa.





## E-handels framfart - bilbranschen är näst på tur!



Bilden till vänster visar tillväxt i e-handel för tredje kvartalet 2020 jämfört med tredje kvartalet 2019. Siffror inom parentes visar på tillväxt helåret 2019 jämfört med 2018.

Bilbranschen symboliseras av den gula bilen som nu är på väg in i en tillväxtfas. Aktörer som står rustade inför denna fas kommer ha stora möjligheter att öka sin tillväxt och tillförskansa sig marknadsandelar.

**85%**

Andelen personer i ålder 15-79 som handlar online

**+50%**

Tillväxt e-handel dec 20 jmf med dec 19

**26%**

Uppger att de handlat mer online på grund av Covid-19



## KUNDUNDERSÖKNING

### Hur känner kunden inför processen att köpa en ny bil?

Till vår stora glädje kan vi se att konsumenterna är väldigt positiva när det kommer till att ge sig ut på (digital) jakt efter sin nästa bil.

När den här frågan ställdes till konsumenter år 2013 var förhållandet det omvända. Då tyckte man att det var tidskrävande och jobbigt, medan man 2020 tycker precis tvärtom.

Den ökade digitaliseringen har gjort att man som konsument kan konsumera mer information på egen hand och den digitala kundresan har förbättrats väsentligt.

1

Det är roligt, spännande och enkelt

45%

2

Det är roligt, men svårt

37%

3

Det är jobbigt och tidskrävande

16%

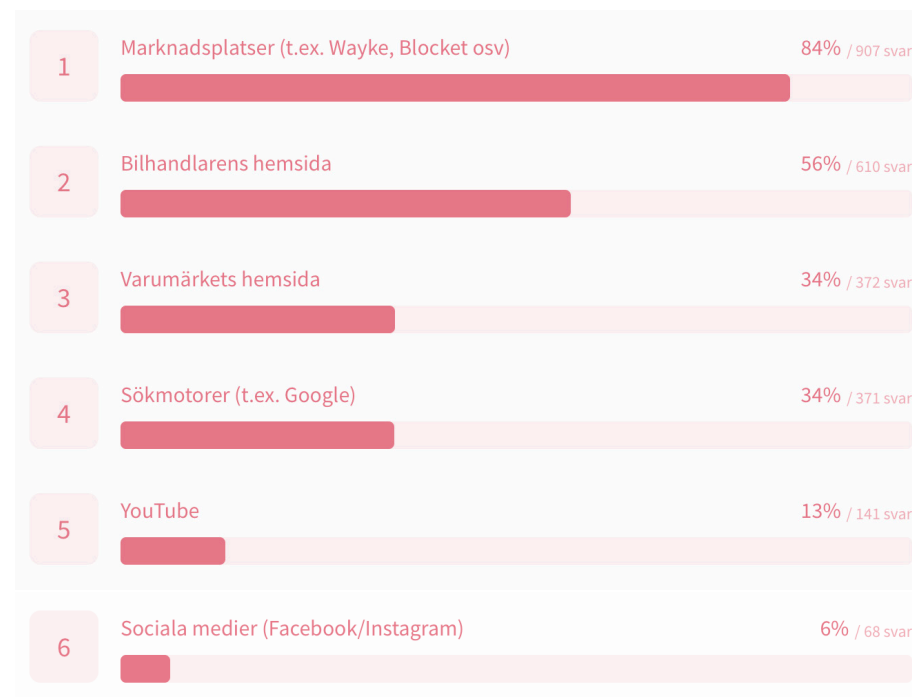
## KUNDUNDERSÖKNING

### Vilka sajter besöker man?

Marknadsplatser fortsätter att vara en populär destination när man letar bil. Där finner man det breda utbudet och kan få en bra bild av vad som finns på marknaden.

Bilhandlarens hemsida har klättrat uppåt på listan och vi vet att det digitala intrycket man får av en handlare avgör om man vill göra affär där när det väl är dags.

Varumärkets hemsida fortsätter att vara viktigt för ungefär en tredjedel av kunderna och sökmotorer och sociala kanaler är ännu inte i topp, men vi tror på en stark frammarsch för dem de kommande åren.







## Hur redo är kunden och vad är viktigt?

Pandemin har onekligen gjort sitt här, vi ser att det numera är hela 63% av kunderna som är redo att köpa en bil online, jämfört med 44% förra året.

Snabb leveranstid är fortsatt viktigt för hälften av kunderna, service är fortsatt den viktigaste delen av en paketering och begagnad bil är av högst intresse.

Vi ser även att provkörningar fortsatt är väldigt viktigt, men att det är oviktigt att träffa en säljare för 39% av kunderna. Här är det viktigt att man som handlare är på tårna och hittar alternativa lösningar för den traditionella säljaren och är kreativ när det gäller att ta provkörningen till kunden.

### SNABB

leveranstid är viktigt för 51% (50%) av kunderna

### SERVICE

är fortsatt den mest intressanta delen av en paketering

### SANNOLIKHETEN

att köpa en bil online är stor för 63% (44%) av kunderna

### KONTAKT

med säljare är oviktigt för 39% (40%) av kunderna

### PROVKÖRA

bilen är viktigt för 85% (87%) av kunderna

### BEGAGNAD

bil är av högst intresse att köpa online 55% (51%) vs 19% (18%) för en ny bil



## KUNDUNDERSÖKNING

### Vad krävs för att man ska genomföra ett köp online?

Listan över vad som krävs för att göra ett bilköp online är lång, men det är väldigt tydligt vad som toppar listan. Vi utläser att det är transparens man är ute efter i form av bilens historik, skador, utrustning samt bra bilder och filmer.

Om detta sedan kan toppas med en garanti med tydliga villkor så kommer kunderna vara mer benägna att köpa bilen online.

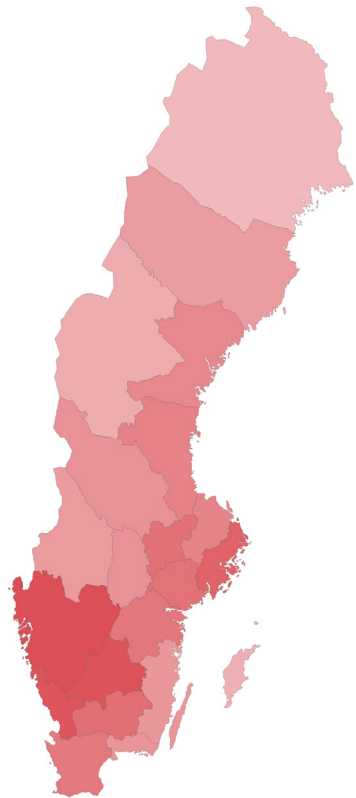
Kunden vill känna sig trygg, det är inte konstigare än så.

Kuriosa är att "bättre pris" kommer först på plats 7.





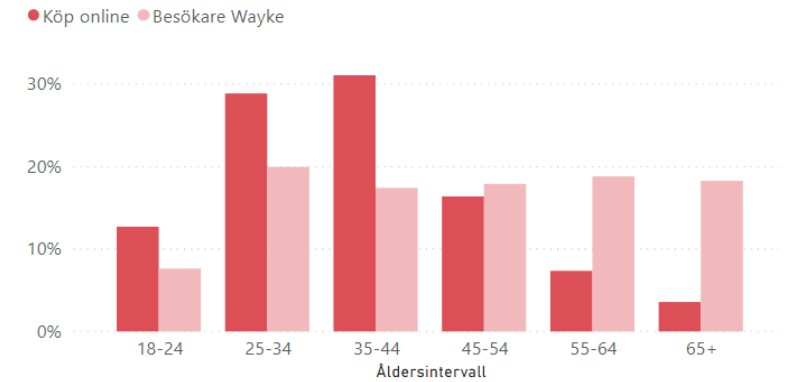
# Generell statistik kring bilköp online



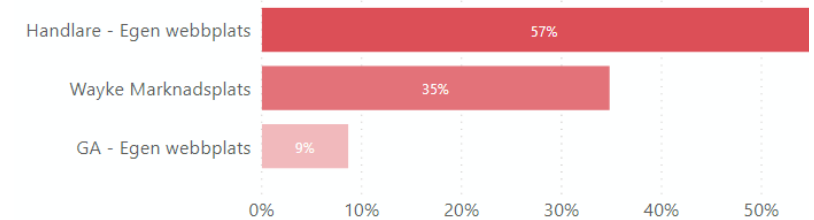
## Geografisk fördelning

| Län                  | Köp    | Köp (Viktat mot population) |
|----------------------|--------|-----------------------------|
| Västra Götalands län | 22,9 % | 8,0 %                       |
| Jönköpings län       | 4,7 %  | 7,8 %                       |
| Hallands län         | 4,2 %  | 7,7 %                       |
| Stockholms län       | 26,7 % | 6,8 %                       |
| Kronobergs län       | 2,0 %  | 6,1 %                       |
| Västmanlands län     | 2,7 %  | 5,9 %                       |
| Södermanlands län    | 2,9 %  | 5,8 %                       |
| Östergötlands län    | 4,3 %  | 5,6 %                       |
| Skåne län            | 12,2 % | 5,4 %                       |
| Gävleborgs län       | 2,3 %  | 4,8 %                       |
| Uppsala län          | 3,0 %  | 4,7 %                       |
| Västernorrlands län  | 1,8 %  | 4,5 %                       |
| Dalarnas län         | 1,8 %  | 3,8 %                       |
| Örebro län           | 1,9 %  | 3,8 %                       |
| Blekinge län         | 1,0 %  | 3,6 %                       |
| Kalmar län           | 1,4 %  | 3,5 %                       |
| Värmlands län        | 1,5 %  | 3,3 %                       |
| Västerbottens län    | 1,4 %  | 3,2 %                       |
| Jämtlands län        | 0,5 %  | 2,2 %                       |
| Gotlands län         | 0,2 %  | 2,0 %                       |
| Norrbottnens län     | 0,6 %  | 1,4 %                       |

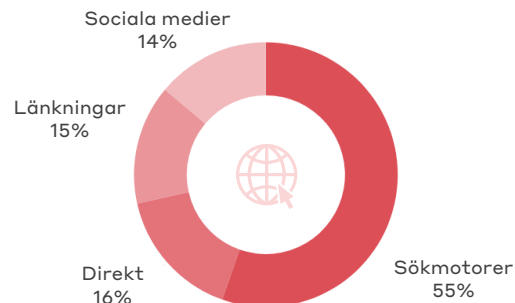
## Åldersfördelning



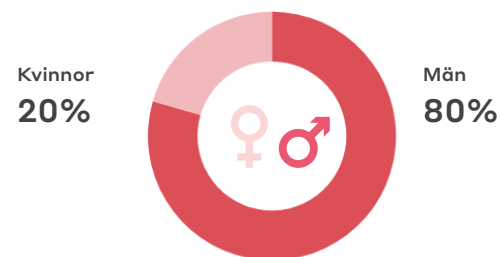
## Köp per webbplats



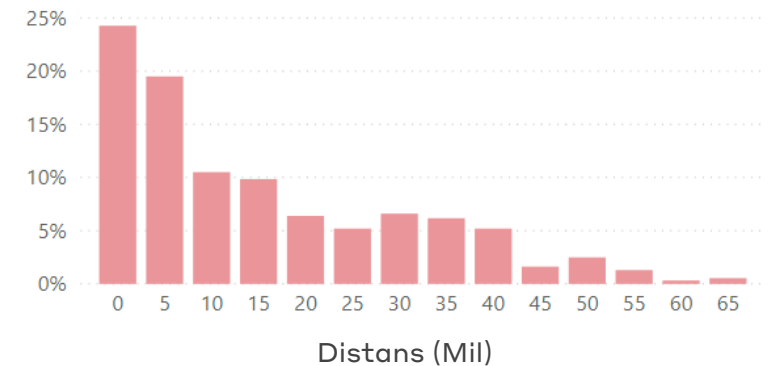
## Trafikkällor



## Könsfördelning



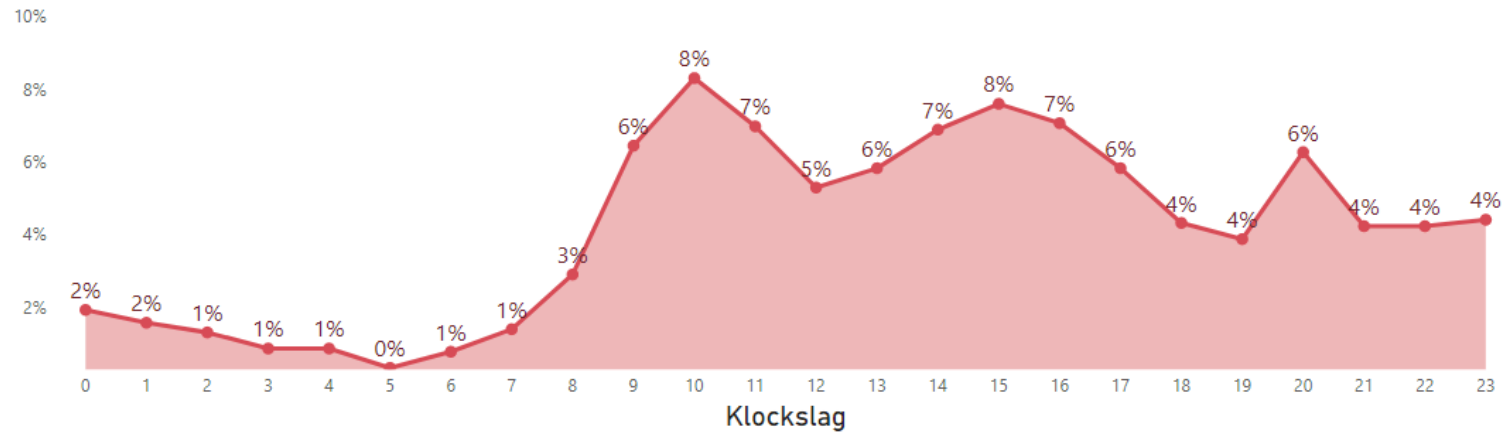
## Distans mellan konsument och anläggning



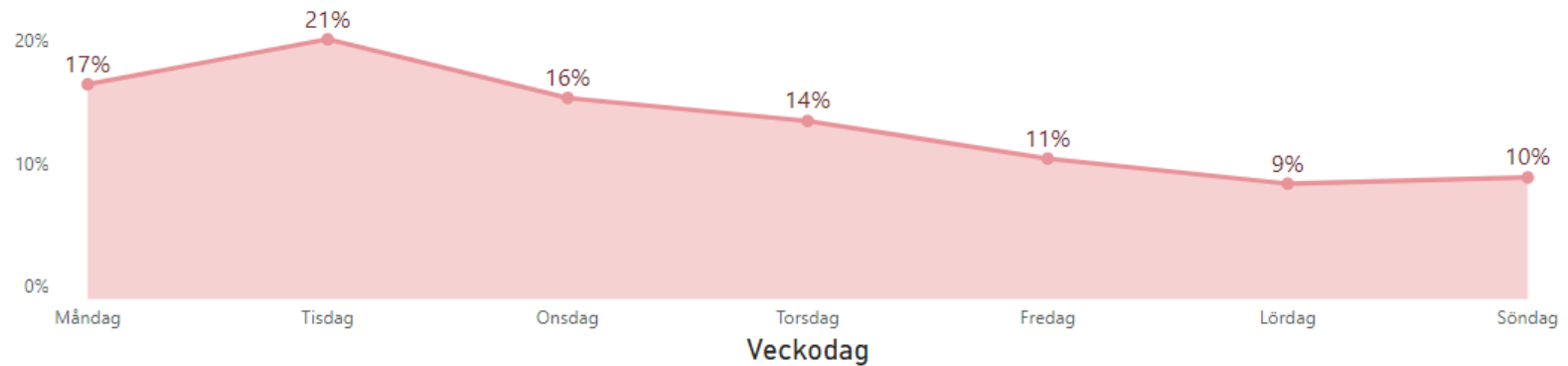
WAYKE INSIKTER

## När köper man bil online?

Köp per klockslag



Köp per veckodag





## WAYKE INSIKTER

# Hur köper man bil online?

| Inbyte | Andel (%) | Finansiering | Andel (%) | Försäkring | Andel (%) | Leverans    | Andel (%) |
|--------|-----------|--------------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|
| Ja     | 31 %      | Kontant      | 37 %      | Ja         | 29 %      | Hemleverans | 11 %      |
| Nej    | 69 %      | Lån          | 58 %      | Nej        | 71 %      | Avhämtning  | 89 %      |
|        |           | Leasing      | 4 %       |            |           |             |           |

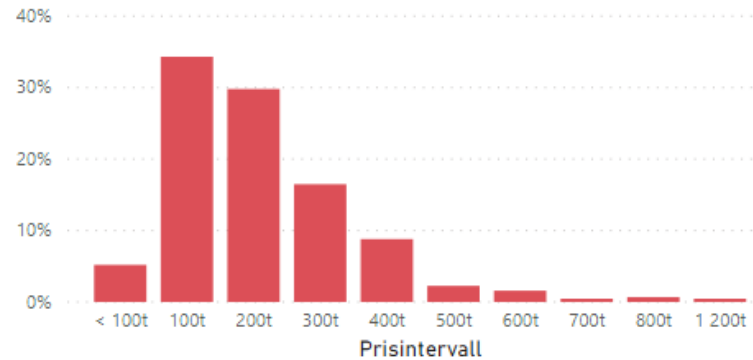
## Andelen köp ökar ju fler tjänster man aktiverar

| Erbjuder Inbyte           | Erbjuder Finansiering     | Erbjuder Försäkring       | Erbjuder Hemleverans      | Andel köp |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------|
| Ja                        | Ja                        | Ja                        | Ja                        | 28 %      |
| Ja                        | Ja                        | Ja                        | Nej                       | 27 %      |
| Ja                        | Ja                        | Nej                       | Nej                       | 25 %      |
| Ja                        | Nej                       | Nej                       | Nej                       | 5 %       |
| Nej                       | Nej                       | Nej                       | Nej                       | 2 %       |
| Aktiverat av 41% handlare | Aktiverat av 90% handlare | Aktiverat av 84% handlare | Aktiverat av 28% handlare |           |

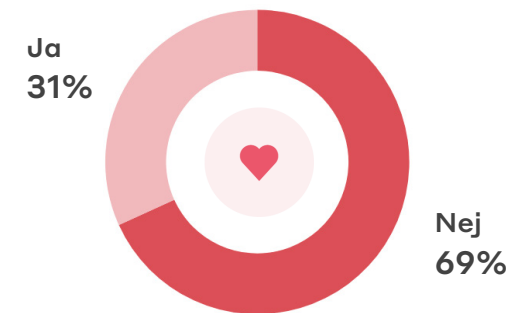


## Vilken typ av bil köper man online?

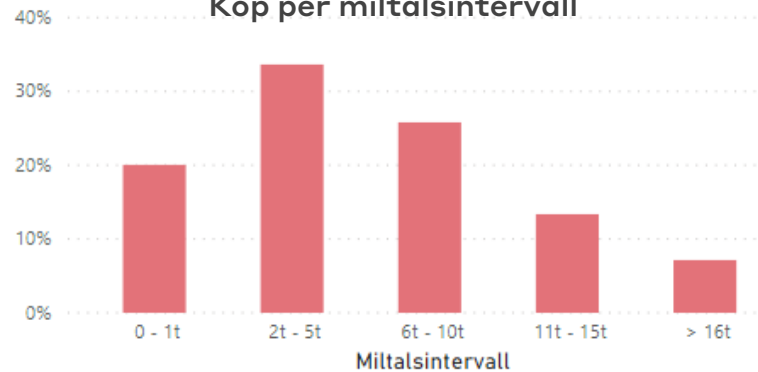
Köp per prisintervall



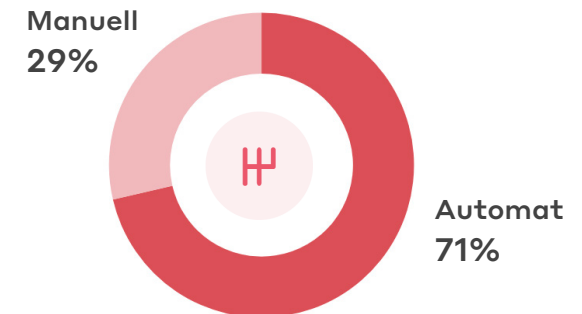
Garantipaket



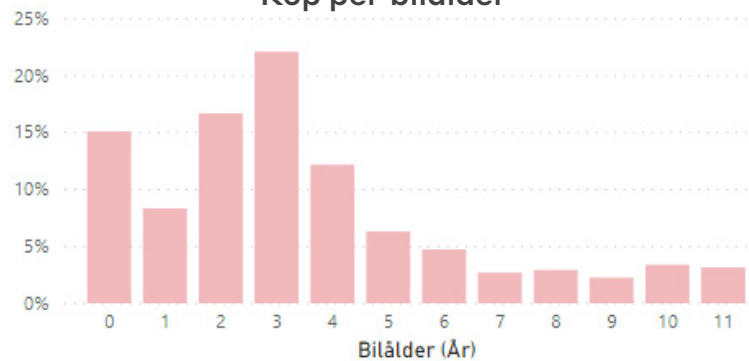
Köp per miltalsintervall



Växellåda



Köp per bilålder



**Snittpris**  
220 000 kr



**Snittmiltal**  
6000 mil



**Snittålder**  
3 år

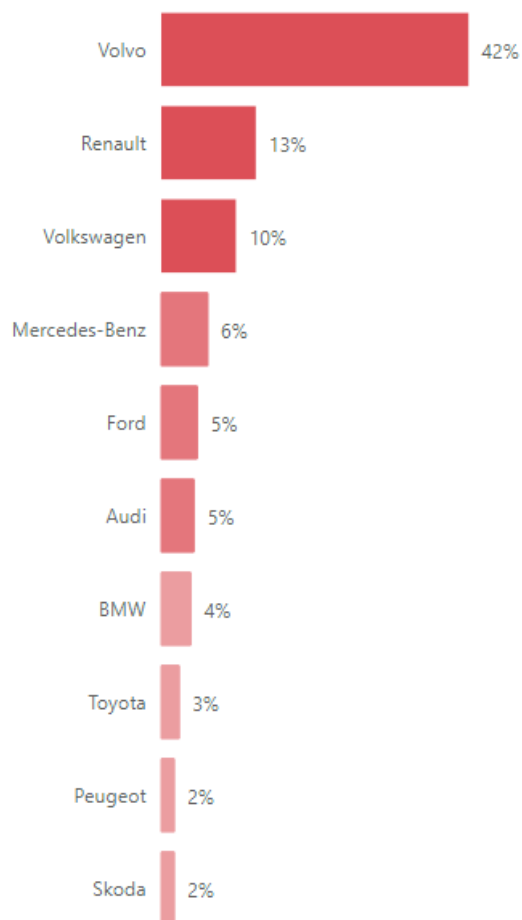


## WAYKE INSIKTER

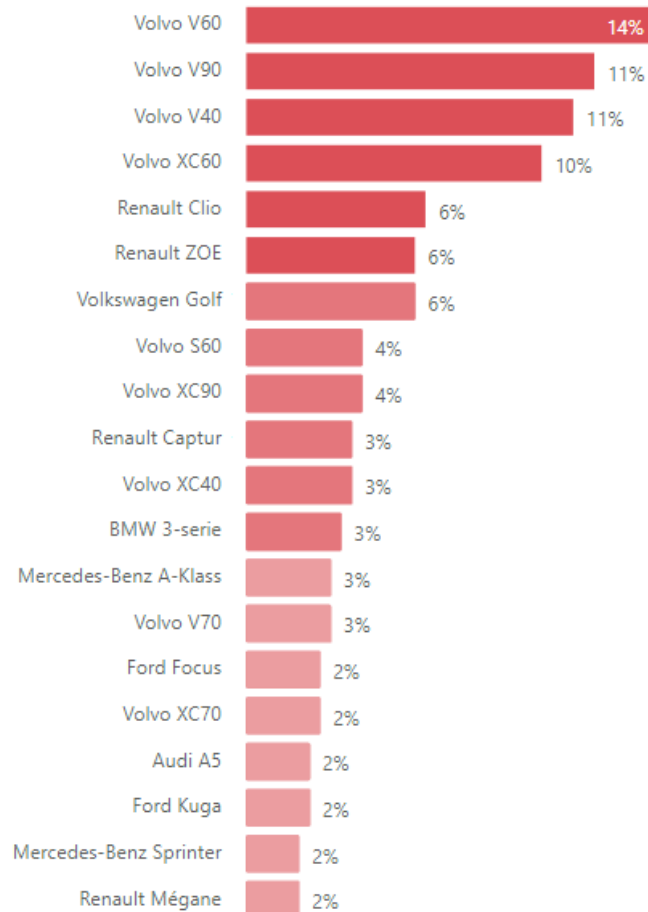
# Vilken typ av bil köper man online?



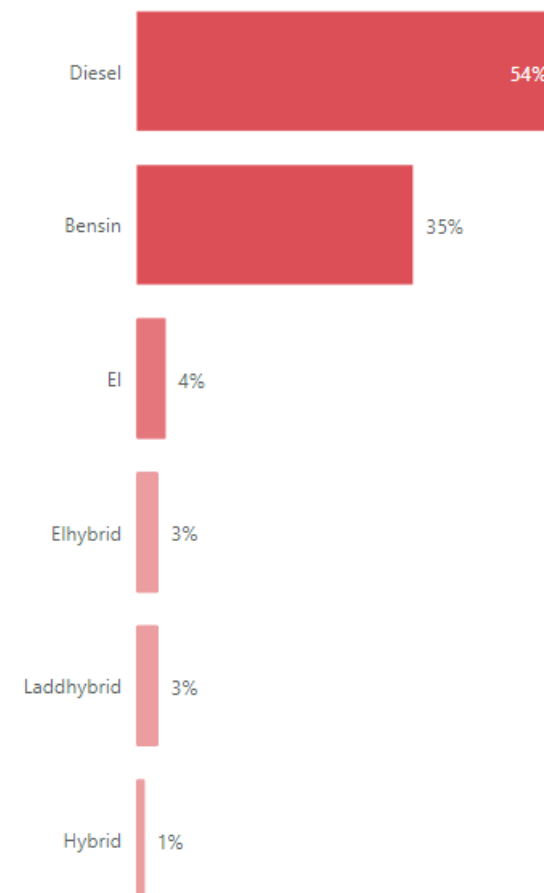
### Per märke (topp 10)



### Per modell (topp 20)



### Per drivmedel (topp 6)





**Tack vare vårt nära samarbete med bilhandlare, kan vi snabbt få ut ny funktionalitet och tjänster. Vi tog ett snack med Anders Rydheimer på Bilia för att få lite insights i hur deras digitala strategi ser ut och hur resan sett ut fram till idag.**

### **Hur ser Bilias digitala strategi ut?**

Målsättning på sikt är en större grad av selfservice för våra kunder och besökare men första steget är att tillgängliggöra fler möjligheter online och att göra den upplevelsen smidigare för våra gäster.

### **När startade er stora omställning till det digitala?**

Det är en definitionsfråga. Tror en av de första hemsidorna Framfab skapade var till Bilia, 1998. Någonstans där började vår resa. Vi lanserade Webshop 2015 i Sverige och började sälja begagnade bilar online i Norge 2016. Trots det började den stora omställningen 2018.

### **Vad har varit den största utmaningen?**

Vi är rustade traditionellt när det gäller köpupplevelsen och har byggt vår organisation utifrån den tidigare, mer analoga verkligheten vilket gör att det tar tid att få med sig alla delar. Att vi är en koncern med flera bolag, olika system, prissättningar, processer och i tillägg regionala skillnader är utmanande eftersom det egentligen inte påverkar den digitala kunden 2021.

### **Hur har ni fått med er organisationen?**

Det är en process som vi fortfarande arbetar med. Vi har både fått gasa och bromsa.

### **När och varför bestämde ni er för att göra alla era bilar tillgängliga för Köp Online?**

Beslutet togs hösten 2019 men Corona blev katalysatorn för detta och när vi ville att det skulle ske genomförde vi detta inom loppet av någon vecka. För samtliga bolag.

### **Vilka specifika Corona-effekter har ni sett?**

Större fokus och framför allt förståelse för hur viktigt det är för oss att finnas online. Trafiken till våra sajter fortsätter att öka medan vår floor traffic fortsätter att minska. Denna trend är dock inte ny.

### **Vad tror du om Köp Online av bil i närtid och på lite längre sikt?**

Corona har varit en viktig katalysator för de segment och de branscher som tidigare legat efter och på kort sikt tror jag att det kommer fortsätta vara viktigt. När Coroneffekten lägger sig kommer det säkert stagnera men köp online är inte en trend utan något som kommer fortsätta öka utifrån den takt vi ger kunderna möjlighet att köpa på ett sätt som ger dem den trygghet de behöver.

### **Hur har ni lyckats anpassa det fysiska till det digitala?**

Vi erbjuder digitala kundmöten och vi har både köp och bokning online. Närmre 30% av våra verkstadsbokningar sker online.

### **Vilken respons har ni fått från era kunder som genomfört köpet online?**

Responsen från både våra kunder och vår säljorganisation att det är smidigt och de är positiva. Sedan kan vi alltid lära oss mer och bli ännu bättre.

### **Hur har det varit att jobba med den tekniken som Wayke erbjuder?**

Gillar ert ständiga driv till nya lösningar för både slutkund och annonsör.

### **Vad skulle du önska att Wayke skulle utveckla eller förbättra?**

Önskar att ni fortsätter att utveckla enkla lösningar som ger mervärde för kunderna som vi hyfsat enkelt kan implementera på vår egen sajt. Att kontinuerligt se över utformning, innehåll och presentation för annonserna uppskattas men eftersom det just för Wayke är datan som är viktig härifrån är det också en dialog kring hur vi kan ta emot den på bästa sätt. Kan röra sig om nya sätt att presentera utrustning, garantier eller annat som vi idag inte alltid tar emot optimalt.

### **Låt oss ta en gissning, hur många bilar tror du att ni kommer sälja digitalt under 2021?**

170 sålde vi 2020. Så varför inte 500 bilar 2021.♦

**Namn: Anders Rydheimer**  
**Företag: Bilia AB**  
**Titel: Director Communication,**  
**Digital and Business Development**



Vad gäller vid distansförsäljning av bilar? För att möta efterfrågan och anpassa sig till kundens nya köpmönster erbjuder allt fler bilhandlare bilköp online. Tekniskt sett är det enkelt att komma igång men vad behöver handlaren egentligen ha koll på när det kommer till de legala kraven? Wayke försöker tillsammans med MRF:s jurist, David Norrbohm, reda ut de vanligaste frågorna kring bilköp online.

**Vad ska man tänka på om man som bilhandlare vill börja sälja bilar online?**

Oavsett om köpet sker online eller offline så vill vi på MRF understryka vikten av ett signerat köpekontrakt med tillhörande köpvillkor och leveransvillkor. MRF erbjuder standardiserade köpekontrakt som har tagits fram tillsammans med Konsumentverket. Man bör också vara medveten om den informationsplikt som gäller avseende varans skick samt reglerna kring ångerrätt.

**Kan du utveckla lite kring just informationsplikten och ångerrätten?**

Som bilhandlare måste du informera konsumenten om varans skick, i bilhallen tar sig detta uttryck genom varudeklarationen i vindrutan. Väljer man att sälja bilar online så är det minst lika viktigt att konsumenten har möjlighet att ta del av varudeklarationen. Konsumentverket har varit väldigt tydlig med att varudeklarationen ska finnas med vid ett distansköp.

Det finns redan idag goda möjligheter och verktyg för att beskriva bilens skick genom exempelvis utförliga beskrivningar av bilen med bra och detaljerade bilder och videos samt möjligheter att tillgängliggöra bilens varudeklaration, testprotokoll och besiktningsprotokoll. Jag tror att den enskilda handlaren i stor utsträckning kan

påverka hur benägen konsumenten är att köpa bilen online genom att säkerställa att man är transparent med varans skick.

Ångerrätten är viktigt att ha koll på eftersom den är förenad med kostnader för både handlare och konsument. Distansavtalslagen ger 14 dagars ångerrätt, i fall handlaren inte har gett information om denna rättighet kan ångerrätten gälla upp till ett år. MRF har tagit fram en villkorsmall för ångerrätt vid distansförsäljning och som särskilt reglerar handlarens rätt till avdrag från köpeskillingen i samband med konsumentens nyttjande av ångerrätten.

**Wayke tillhandahåller en teknisk lösning för online-försäljning av bilar. Om man som handlare använder den, innebär det per automatik att man måste tillämpa Distansavtalslagen?**

Nej, inte per automatik. För att ett avtal skall anses ha ingåtts på distans krävs två villkor. Det krävs att avtalet som ingås sker genom ett organiserat system vilket kan innefatta webshop, kundkorg, betalfunktion, e-signering och bekräftelse. Det andra villkoret ställer krav på att kommunikationen uteslutande ska ske på distans.

Okej, så om jag har förstått detta rätt så uppfyller Wayke rimligen kraven för att anses vara ett organiserat system men det ensamt behöver inte betyda att Distansavtalslagen blir tillämplig, det avgörs snarare av hur E-postbekräftelsen till konsument utformas och om köpeavtalet med leveransvillkoren signeras digitalt eller fysiskt i bilhallen?

Helt rätt, om köpet skall anses ha skett på distans så behöver köpeavtalet med leveransvillkoren signeras av konsumenten digitalt på distans, dvs utanför bilhallens lokaler. Oavsett om avtalet signeras digitalt på distans eller i bilhallen så är det viktigt att man som handlare är noga med hur man uttrycker sig i den E-postbekräftelse som skickas ut till kunden. Om avsikten är att kontraktet ska skrivas under i bilhallen så behöver E-postbekräftelsen utformas på ett sådant sätt att det är tydligt för konsumenten att det enbart rör sig om en reservation av bilen och inte en orderbekräftelse på ett bilköp.

**Om man nu vill komma igång med försäljning av bilar online men känner sig osäker på hur man ska komma igång och få juridiken på plats, har du något tips på hur man kan gå tillväga för att komma igång?**

MRF:s informations- och villkorsmallar för distansköp finns på MRF Online tillsammans med våra övriga mallar. Jag vill också tro att Wayke besitter en hel del best-practice information som ni gärna delar med er av till handlare som vill komma igång med onlineförsäljningen. ♦

**Namn: David Norrbohm**  
**Företag: MRF (Motorbranschens Riksförbund)**  
**Titel: Jurist**



## SÅ HÄR JOBBAR WAYKE

# Köp Online i flera kanaler

Wayke har sedan start byggt funktionalitet som ska kunna användas i flera kanaler, till exempel på egen hemsida, hos general-agenten eller en partner. Den egna hemsidan är det digitala skyltfönstret och en väldigt viktig plats i kundresan där kunden bildar sin uppfattning om handlaren.

Waykes Köp Online erbjuder, som enda produkt på marknaden, ett flöde som inkluderar hantering och värdering av inbytesbil, finansiering, försäkring och hemleverans. Funktionen

skapades för att kunna möta besökaren under de olika faserna i kundresan. Vi vet att köpet sker i olika faser och på olika ställen, därför är det viktigt att man finns där med en lösning när kunden är redo.

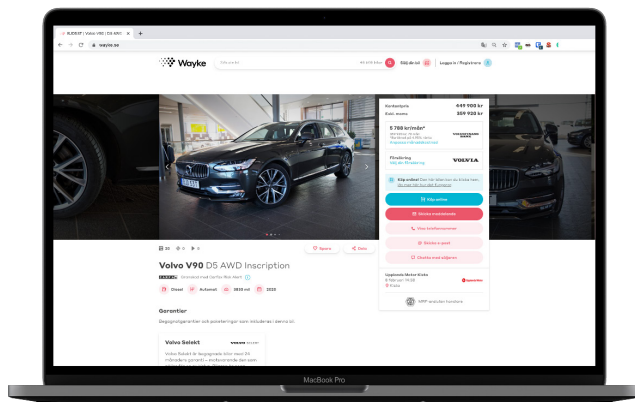
Idag hittar ni Waykes lösning på wayke.se, på handlarens egen hemsida samt hos general-agenterna, där man kan samla återförsäljarnätets lagerbilar i en shop. Samma bil kan alltså klickas hem på tre olika ställen, beroende på var kunden själv föredrar att göra sitt köp.

Det unika med Waykes lösning är att ni kan erbjuda ert eget ekosystem av erbjudanden och välja själv vilka partners ni vill exponera. Dessutom kan kunden hantera sitt inbyte och välja att få bilen levererad ända hem.

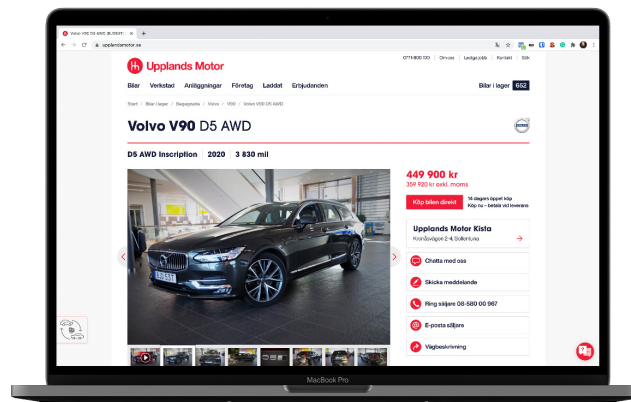
Wayke optimerar och utvecklar nya lösningar kontinuerligt, så de som använder tekniken kan vara säkra på att hela tiden ha de senaste funktionerna.

Det bästa av allt – hela ditt lager kan faktiskt bli tillgängligt för Köp Online på bara fem minuter.

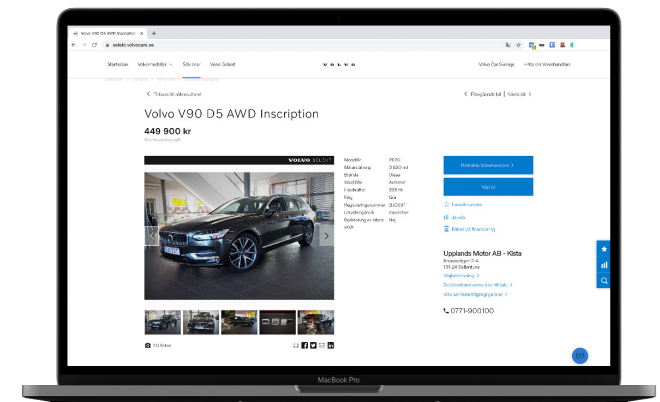
→ HOS WAYKE



→ HOS BILHANDLAREN



→ HOS GENERALAGENTEN



## SÅ HÄR JOBBAR WAYKE

# Vi tar dig genom flödet för Köp Online

13:31 wayke.se

< Tillbaka

1. INBYTTE

**Inbytesbil**

Har du en bil du vill byta in när du köper din nya bil?

Registreringsnummer

Yib824

Mil (mil)

5000

Beskrivning (valfritt)

Vinterhjul finns!

Gå vidare

Gå vidare utan inbytesbil

Bogesunds Bil Ulricehamn  
Volvo XC60 T8 TE R-Design DEMO  
669 000 kr

1. Inbyte med uppskattat värde

13:25 wayke.se

< Tillbaka

2. BETALSA

**Betalsätt**

Volvofinans

Ändra betalsätt

Kontantinsats (kr)

133800

Avbetalning (mån)

60 mån

9 854 kr/mån

Beräknat på 3.99 % ränta (effektivt 4.06 %).

Detaljer

Välj finansiering

Bogesunds Bil Ulricehamn  
Volvo XC60 T8 TE R-Design DEMO  
669 000 kr

2. Val av finansieringsform. Kreditkontroll i flödet lanseras under Q1 2021

13:34 wayke.se

< Tillbaka

3. FÖRSÄKRING

**Volvia**

Vill du teckna försäkring på din nya bil?

Skriv in ditt personnummer och din uppskattade körsträcka för att se din försäkringskostnad.

Personnummer

1983023-XXXXXX

Uppskattad körsträcka per år

0-1000 mil

Visa försäkringar

Hoppa över detta steg

Bogesunds Bil Ulricehamn  
Volvo XC60 T8 TE R-Design DEMO  
669 000 kr

3. Val av försäkring. Integration mot IF som visar ÅF:s exakta premie

13:25 wayke.se

Skriv in din säkerhetskod i BankID-appen

Starta BankID-appen.

Öppna BankID

Mitt BankID är på en annan enhet

Avbryt

4. Identifiering med Bank-ID

13:26 wayke.se

< Tillbaka

5. LEVERANS

**Leverans**

Hur vill du ha din nya bil levererad?

Hemleverans →

Hemleverans ej möjlig

Hämtas hos återförsäljare →

0 kr

Bogesunds Bil Ulricehamn  
Volvo XC60 T8 TE R-Design DEMO  
669 000 kr

5. Val av leveranstyp

TIPS! Ett komplett flöde ger betydligt högre konverteringsgrad

# Vi hjälper er att sälja fler bilar online!

Kontakta oss på [info@wayke.se](mailto:info@wayke.se)  
så pratar vi fler möjligheter för dig.



Trygga bilköp från Sveriges bilhandlare