

Enode återinför butikssäljaren: AI-agent ger upp till 48 x konverteringslyft för e-handlare

Pressmeddelande – Växjö, 16 juni 2026



När handeln flyttade online försvann också butikssäljaren. Kunder lämnades ensamma med filter, kategorier och produktspecifikationer – ofta utan möjlighet att få vägledning i köpresan.

Nu lanserar Enode en AI-baserad shoppingagent som återinför hjälpen, direkt i köpflödet och dygnet runt. Initiala tester med elva e-handlare visar att besökare som interagerar med agenten köper i betydligt högre utsträckning än övriga besökare – hos en e-handlare gav det 48 gånger högre konverteringsgrad. Resultaten baseras på tidiga piloter med begränsat urval men visar tydliga indikationer på agentens potential.

Bakgrund: 20 år i branschen, ny riktning

Enode grundades under namnet HL Design och med den egna e-handelsplattformen WM3 som bas har företaget ompositionerat sig som ett SaaS-bolag med AI som en kärnprodukt. Enode är baserade i Växjö vilket underlättar samarbetet med Linnéuniversitetet.

– Vi har följt e-handeln nära i två decennier. Det är tydligt att nästa steg handlar mindre om fler menyer och filter, och mer om att hjälpa kunden fatta bättre köpbeslut direkt i upplevelsen, säger Henrik Löwenadler, CEO på Enode.

Forskning bakom produkten

Bakom AI-produkterna står Kailash Chowdary, industriell doktorand vid Linnéuniversitetet i ett samverkansprojekt med Enode, delfinansierat av KK-stiftelsen – som finansierar forskning och kompetensutveckling i samverkan för att stärka Sveriges konkurrenskraft.

Forskningen har adresserat ett av e-handels grundläggande AI-problem: hur man bygger effektiva rekommendations- och söksystem för företag med begränsad datamängd, där traditionella AI-lösningar ofta inte är tillräckliga.

Resultaten har publicerats vetenskapligt, bland annat i IEEE Access (2024) och på konferensen ICWE (2024). Ytterligare en artikel – *“Breaking the Data Barrier: Designing Search and Recommendation Systems for SME E-Commerce Under Persistent Data Scarcity”* – är inskickad för granskning.

– Forskningsarbetet har varit avgörande för att vi kunnat bygga lösningar som faktiskt fungerar för mindre e-handlare, inte bara för de stora bolagen med enorma datamängder, säger Kailash Chowdary.

Testerna: vad siffrorna visar

Under våren har Enode testat agenten hos elva e-handlare. De vanligaste frågorna handlade om storlekar och passform, leveranstider samt produktspecifika egenskaper som montering, färger, användningsområden, skötsel och materialval.

En observation från testerna är att frågorna ställs jämnt fördelade över dygnet – inte bara utanför ordinarie öppettider. Det tolkas som att kunder aktivt väljer agenten för att lösa enklare frågor på egen hand, vilket sparar tid för både kund och företag.

Resultat från två testbutiker:

Webshop, trädgårdsprodukter: - Konverteringslyft: **7,1 gånger** jämfört med övriga besökare
- Lösningsgrad: **95,8 %** - Kundnöjdhet: **80 %**

Webshop, sportutrustning (Skidshop.se): - Konverteringslyft: **48,1 gånger** jämfört med övriga besökare - Lösningsgrad: **98,4 %** - Chatt-till-köp-konvertering: **10,4 %**

Jesper Eldebro, E-commerce Specialist, hos Roupez Skidshop.se som är en av de e-handlare som använder shoppingagenten:

– Det primära syftet för oss var att vägleda kunden till ett snabbare och mer välgrundat köpbeslut. Att sedan få se vilken information som faktiskt saknas på sajten, förstå vilka utmaningar kunderna har – det var oväntat värdefullt. Att få allt samlat på ett ställe så snabbt ger ett helikopterperspektiv som är svårt att få på något annat sätt, säger Jesper Eldebro, Roupez Skidshop.se.

Han lyfter även fram att mottagandet bland kunderna överraskade positivt:

– Vi undrade hur väl det skulle tas emot när besökarna förstår att det är en AI-chatt. Men mottagandet har varit bra. Folks inställning till att inte prata med en riktig person har förändrats mycket på bara tre år.

Hur fungerar shoppingagenten?

Shoppingagenten integreras direkt i e-handeln och finns i nuläget för Enodes egen plattform WM3 samt för Shopify och WooCommerce.

E-handlare kan anpassa agentens tonalitet, personlighet och instruktioner utifrån det egna varumärket. Kompletterande material som storleksguider, manualer, produktblad och köpråd kan laddas upp och användas av agenten som kunskapsbas.

– Vi ser AI-agenten som en förlängning av butikens varumärke och kundupplevelse, inte som ett separat system, berättar Löwenadler.

Tillgänglig för mindre och medelstora e-handlare

En central del av Enodes affärsidé är att göra avancerad AI-funktionalitet tillgänglig för företag som tidigare saknat möjlighet att investera i den typen av teknik. Lösningen levereras som en färdig tjänst, utan krav på att kunderna själva bygger infrastruktur eller besitter AI-kompetens – vilket tidigare har varit en tröskel som hållit tillbaka mindre aktörer.

Enode uppger sig vara ett av de första företagen i Sverige med att erbjuda den här typen av

AI-shoppingagent anpassad specifikt för mindre och medelstora e-handlare.

Om Enode

Enode är ett SaaS-bolag med bas i Växjö som utvecklar AI-drivna tjänster för e-handel. Företaget har drygt 300 kunder och bedriver produktutveckling i samverkan med Linnéuniversitetet, delfinansierat av KK-stiftelsen.

Utöver shoppingagenten har samarbetet med Enode hittills mynnat ut i ytterligare fyra AI-verktyg för e-handlare:

- **AI Support Agent** – svarar på generella frågor
- **AI Search Agent** - hjälper besökaren att hitta rätt i sökresan
- **AI Search** – smart sökfunktion som tolkar stavfel och liknande ord
- **AI Recommendations** – automatiska produktrekommendationer

Läs mer om produkterna och testa shoppingagenten live på:

www.enode.se

www.skidshop.se

För mer information:

Henrik Löwenadler, CEO

TEL: 0470-723354

E-post henrik@enode.se