

E-handelschefen

En chef, maskinist, och analytiker
i ständig förändring

Rapporten undersöker hur rollen som e-handelschef formas och utövas i den digitaliserade detaljhandeln. Studien bygger på enkäter, intervjuer, observationer och en workshop och syftar till att besvara tre frågor: vem e-handelschefen är, hur arbetet går till i praktiken samt vilken kompetens och vilka resurser som krävs.



Vem är e-handelschefen?

Resultaten visar att e-handelschefen är en mångfacetterad och heterogen yrkesgrupp utan enhetlig definition. Titlar, ansvarsområden och organisatoriska positioner varierar kraftigt – från e-commerce manager till vd. Rollen återfinns i företag av alla storlekar och branscher, både i renodlade e-handelsaktörer och i omni-kanalbolag. De flesta chefer har ett till tolv års erfarenhet, ofta med bakgrund inom handel, marknadsföring, logistik eller it. Formell utbildning är mindre avgörande än praktisk erfarenhet, och många har arbetat sig upp inom handeln.

Arbetsuppgifter och rollens komplexitet

Arbetet är komplext och tvärfunktionellt. E-handelschefen kombinerar kommersiella, tekniska och analytiska uppgifter: att optimera webbplatsen, samordna marknadsföring och försäljning, analysera data, säkerställa drift och koordinera interna och externa aktörer.

Rollen kräver både strategiskt tänkande och operativt handlag, och cheferna fungerar ofta som "spindlar i nätet" mellan it, marknadsföring, logistik och ledning.

Kompetensförsörjning och yrkesrollens betydelse

Studien visar vidare att e-handelsarbetet bygger på en distribuerad kompetensförsörjning, där nödvändiga kunskaper hämtas från både interna resurser och externa konsulter, leverantörer och tekniska system. Detta nätverksbaserade arbetssätt möjliggör flexibilitet men skapar också sårbarhet och hög arbetsbelastning.

Sammantaget framträder e-handelschefen som en central aktör i den digitala handeln – en hybrid mellan chef, tekniker och analytiker – vars yrkesroll ännu inte är fullt institutionaliserad men vars betydelse för detaljhandelns framtida utveckling är påtaglig. ►

E-handelschefen är den person som ansvarar för att driva, utveckla och samordna företagets digitala affärer.

Rapportens huvudsakliga resultat i punktform

- Mångfacetterad och otydligt definierad roll: Det finns ingen enhetlig definition av vad en e-handelschef är eller gör; titlar, ansvar och organisatorisk position varierar kraftigt.
- Erfaren men praktiskt skolad yrkesgrupp: De flesta har ett till tolv års erfarenhet av e-handel och bakgrund inom handel, marknadsföring, logistik eller it. Formell utbildning spelar mindre roll än praktisk erfarenhet.
- Hybridfunktion: E-handelschefen förenar tekniskt, kommersiellt, analytiskt och strategiskt arbete – en kombination av chef, maskinist och analytiker.
- Tvärfunktionellt nav: Rollen innebär omfattande samarbete med it, marknadsföring, logistik, ledning och externa aktörer – e-handelschefen fungerar som "spindeln i nätet".
- Resultat- och teknikdrivet arbete: Fokus ligger på försäljning, konvertering och kundupplevelse; mätning av nyckeltal är central, medan hållbarhetsmått sällan används.
- Distribuerad kompetensförsörjning: Organisationer kombinerar interna och externa resurser, såsom konsulter, leverantörer och tekniska system, för att tillgodose kompetensbehov.
- Hög arbetsbelastning och fragmenterat ansvar: Många arbetar långt över heltid; prioriteringar krockar ofta med praktiska krav och tekniska utmaningar.
- Yrkesrollen under institutionalisering: E-handelschefen har blivit en nyckelperson i detaljhandeln men saknar ännu tydliga yrkesstandarder, utbildningsvägar och etablerade strukturer.

Projektnamn: E-handelschefen – En chef, maskinist, och analytiker i ständig förändring

Projektledare: Christian Fuentes

Övriga projektdeltagare: Kristina Bäckström, Gabriella Wulff, Patrik Stoopendahl

Beviljat anslag: 1 908 754 kronor

Projekttid: januari 2023–januari 2025



Handelsrådet | 103 29 Stockholm
Besöksadress: Regeringsgatan 60
Telefon växel 010-471 85 80
www.handelsradet.se