

Sådan gør de bedste netkøbmænd



Danmarks mest populære netkøbmænd lægger vægt på god kundeservice og godt købmandsskab. Simpelt - men svært for mange at levere. Her er opskriften fra Coolshop, Smartguy og Saxo.

"Vi var de første i Danmark til at fjerne fragten på varerne og oprette en live-chat, så kunderne kan få fat i os, når de har spørgsmål. Det kunne mange lide. Det kan betale sig at behandle kunderne godt. Ganske enkelt"

Sådan svarer marketingdirektør Jacob Riisgaard, en af stifterne bag den syv år gamle danske spilforhandler Coolshop, når han skal forklare, hvorfor netbutikken er en af de mest populære butikker blandt danske netbrugere.

Coolshop er nr. 7 på Webshop 50, listen over de mest populære e-butikker blandt danskerne. Placeringen skal ses i lyset af, at der er omkring 14.000 danske butikker på nettet og flere af butikkerne højere på ranglisten er bygget og drevet af store, ressourcerstærke udenlandske virksomheder, som Amazon

Mange netbutikker fokuserer for meget på teknologi og glemmer kunden

og Hennes & Mauritz. Coolshop er stiftet og drevet af tre nordjyske iværksættere.

Historien om Coolshop - en netsucces med 400.000 danske husstande som kunder, vinder af Børsens Gazelle-pris for vækst to år i træk og senest med udlandsfremstød i Sverige og Storbritannien - er derfor også historien om, at det ikke nødvendigvis er størrelsen, der leverer succes på internettet.

"Købmandskabet er vigtigt. Vi tre stiftere matcher hinanden godt med specialer i købmandskab, teknologi og handel. Mange netbutikker fokuserer for meget på teknologi og glemmer kunden. Vi besluttede fra begyndelsen at gøre indkøbsoplevelsen simpel og tryk med fem "magiske" bud - vi sikrer kunderne den bedste pris, bedste service, bedste information, største tryghed og største udvalg", siger Jacob Riisgaard.

Eftersom Coolshops "fem magiske bud" afspejler netop, hvad danskerne lægger mest vægt på, når de skal vælge købmand på nettet, er succesen til at forstå. Ifølge en analyse af danskernes vaner og holdninger til e-handel, som Dwarf har gennemført i samarbejde med analysehuset Userneeds, lægger kunderne mest vægt på muligheden for at kommunikere med butikken - der skal være ekspedienter - og tryghed i forbindelse med levering og returret.

Kunden i centrum

Smartguy, nr. 21 på listen over danskernes foretrukne netbutikker - er ligesom Coolshop en dansk iværksættervirksomhed, der dyster om at sælge tøj på nettet i konkurrence med etablerede virksomheder som svenske Hennes & Mauritz, danske Bonaparte og tyske Ellos. Nicolai Kærgaard, direktør i Smartguy, peger som Jacob Riisgaard på kundeservice og købmandskab som nøglen til et godt netsalg.

"Kompetencerne i virksomheden er vigtige. Vi var fire partnere, der henholdsvis var gode til tøjindkøb, it, økonomi og markedsføring. Det kommer man langt på. En tøjbutik som Boo.com brugte over en milliard på hovedsagelig teknologi og gik ned med et brag. Vi har fokuseret på at blive gode til, hvad vi gør for kunderne og vokser langsomt ved at gøre det rigtige," siger Nicolai Kærgaard.

Smartguy blev etableret i år 2000, har i dag 100 ansatte, over 1.000.000 registrerede brugere i Skandinavien og fremstår som et netbrand, kunderne har tillid til. "Vi bytter og returnerer uden problemer. Det skaber tillid. Og så sørger vi for at have de rigtige produkter til de rigtige priser. Vi har 20 medarbejdere, der sidder og sørger for, at det er i orden," siger Nicolai Kærgaard.

Tilsvarende gør Smartguys store konkurrenter på nettet. Hennes & Mauritz, som er nr. 3 på listen, og Esprit, som er nr. 23, sørger for at der er nye varer i netbutikken hver dag. Alle tre tøjbutikker har faste

Shop Excellence Danmarks 50 dygtigste online købmænd

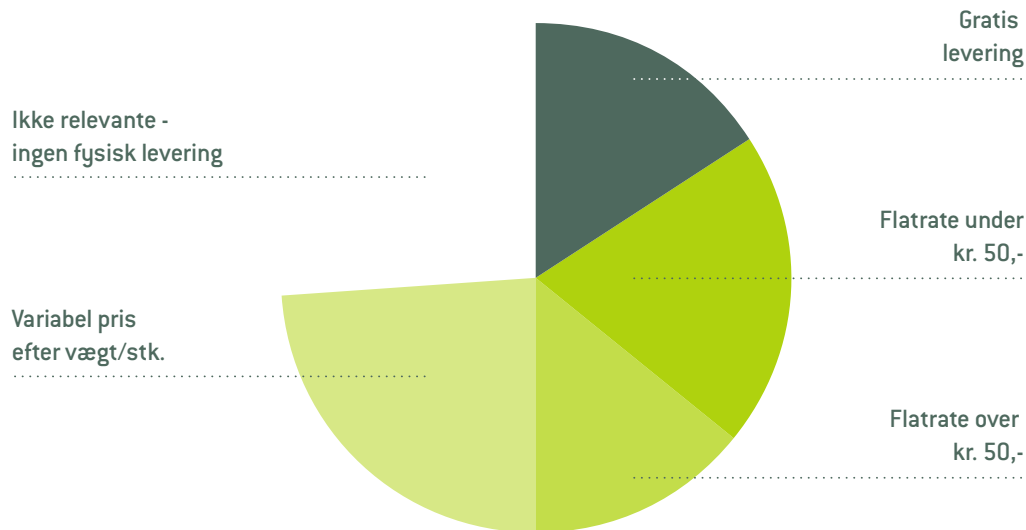
Hvordan skaber du en brugeroplevelse, der er stærk nok til, at kunderne begynder at foretrække netop din online shop? Det vil vi da gerne kloges os på, men vi kunne også starte et andet sted. Vi kunne kigge på de webshops, som danskerne holder aller mest af. Hvad gør de helt konkret?

Top 50 - de mest populære webshops i Danmark

Det er dét denne artikelserie handler om. Vi har bedt 2.000 danskere om at pege på deres online favoritshops. Vi har browsset, søgt, købt og meldt os ind i kundeklubber for at se, hvilken kundeoplevelse de dygtigste online købmænd byder på.

Figur 1

Hvor mange af de 50 bedste webshops tilbyder følgende former for levering?



gebyrer på levering. Esprit leverer gratis ved køb over 200 kr (jvf. figur 1).

Både Smartguy og Hennes & Mauritz gør det muligt for kunderne at kontakte personalet direkte. Smartguy har bemandet kundeservice med fire medarbejdere og returservice med yderligere fire.

"Det er vigtigt, at man som netbutik kan svare på spørgsmål, så kunderne føler sig trygge. Det er især vigtigt for førstegangskøbere. For mig er kundeservice helt basalt, men det er ikke alle på nettet, der har forstået det. Jeg løber tit ind i butikker, hvor jeg ikke kan få fat i nogen, når jeg står med spørgsmål og problemer," siger Nicolai Kærgaard (jvf. figur 2).

Boghandel med forfatterskole

Amazons danske konkurrent, boghandleren Saxo, er efter otte år på nettet nr. 4 på listen over danskerne foretrukne netbutikker. Saxo er den danske forretning på nettet, der klarer sig bedst i kampen om kundernes gunst.

Spørger man netboghandlens administrerende direktør, Jørgen Balle Olesen, hvad der ligger til grund for dén placering, peger han især på netbutikkens arbejde med at komme i dialog med kunderne og skabe et fællesskab for sitets brugere som udslagsgivende.

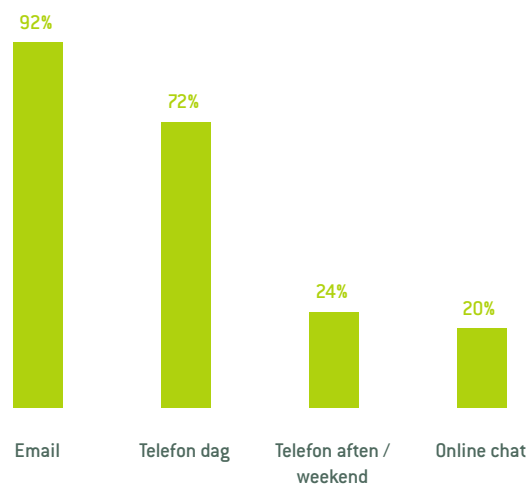
"Alle kan konkurrere på pris, hvis de har en stor volumnen. Der, hvor vi differentierer os, er, at vi prøver

at få kunderne i dialog både med os selv og med hinanden," siger han.

Brugeranmeldelser og et debatforum er blot nogle af de værktøjer, netbutikken bruger for at lade kunderne komme til orde. Et andet er arrangementer, der understøtter fornemmelsen af et sammenhold blandt sidens brugere.

Figur 2

Hvor mange af de 25 bedste webshops stiller følgende kontaktmuligheder til rådighed?



"I foråret kørte vi en gratis forfatterskole, hvor over 3.000 personer fulgte et 10 ugers kursus og hvor der blev skabt 7.500 historier med over 20.000 læserkommentarer," forklarer Jørgen Bale Olesen, og tilføjer: "Inden for en måneds tid eller to lancerer vi noget, vi kalder SAXO Lab, som er et dialogværktøj, hvor vi selv og kunderne kan præsentere ideer på forskellige områder. Vi kan så få kommentarer til ideerne, vælge hvilke vi vil arbejde videre med og lave eksperimenter."

Ligesom Coolshop og Smartguy tilbyder Saxo.dk kunderne at ringe ind med spørgsmål.

Internationale muligheder

Den målrettede satsning på at levere den gode kundeoplevelse baner vej for international ekspansion. Både Smartguy og Coolshop har allerede ekspanderet i udlandet. Smartguy har hundredetusinder af kunder i de nordiske lande, og Coolshop har efter to måneder i Storbritannien 29.000 husstande som kunder, hvilket Jacob Riisgaard kalder for en "hamrende succes".

"Vi ekspanderer ved hjælp af partnerskaber i udlandet. Det er vigtigt at tilpasse butikkerne til de lokale forhold og have partnere, der ved, hvad der skal til og ikke tro, at alt blot kan kopieres og virke. Så vi tager

et skridt ad gangen," siger Jacob Riisgaard. Ifølge Peter Grønne, administrerende direktør i Dwarf, viser eksemplerne fra de bedste, at der er store vækstmuligheder og mange penge at tjene på nettet, hvis man tager det alvorligt.

Der er store vækstmuligheder og mange penge at tjene på nettet, hvis man tager det alvorligt

"Der er simpelthen alt for mange, der mener, at det der web må en eller anden webmaster tage sig af. E-shop beslutningerne skal op på topchefernes bord, de skal tages alvorligt og der skal penge på bordet til nogle ordentlige løsninger. Vi har taget initiativ til denne undersøgelse for at vise, at der er alt for lidt fokus på hvor mange penge, der kan tjenes på nettet, hvis man tænker sig om. Derfor er vores råd til de forskellige aktører på markedet: Vågn nu op, tag internettet alvorligt, alloker de ressourcer, der skal til for at få lavet en ordentlig platform, ansat seniorfolk til at drive projektet, få jer en ordentlig rådgiver og kom op på hesten - ellers er der nogle andre, der tager markedet fra jer," siger Peter Grønne.

Andre artikler om Shop Excellence

- Varer for 10 mia iforladte indkøbsvogne
- Har du de gode kunder?
- Webbutikker mangler købmændskab

Fakta: Tre gode råd til den gode netbutik

- Fokusér på at få tilfredse kunder - blandt andet ved at give bedre service, end de forventer. Succeskriteriet er, at dine kunder anbefaler din butik til deres venner.
- Vær synlig og enkel at bruge - dine kunder skal kunne finde dig og finde ud af at handle.
- Tænk på logistik og betaling. Alt for mange drukner i, at de ikke har styr på varelager, faktureringer mm.