

[OMNICHANNEL I PRAKTIKEN]

Sälj där dina kunder vill köpa

Omnichannel ligger i tiden. Yvette Josefsson, en av ägarna till Innebandybutiken, jobbar ständigt med att bli bättre på att integrera kedjans tre fysiska butiker med webbutiken.

- **JAG HAR MÄRKT** att kunderna förväntar sig den typ av service som Ikea eller Clas Ohlson erbjuder. Trots att vi bara är ett litet företag försöker vi att ge dem det, säger Yvette Josefsson.

Hon berättar att kunderna ofta tittar på produkterna online och sedan kommer in och vill köpa dem i butiken. Eller tvärtom.

- Finns varorna inte i den butik där kunden kommer in är det viktigt att vi kan hjälpa dem att genomföra köpet i alla fall. Vi erbjuder då kunderna att köpa varorna från en av våra andra butiker. Kunden kan betala varorna direkt över disk med sitt kort eller välja Klarnafaktura, säger hon.

Kunderna kan också välja om de vill hämta varorna i samma butik eller få dem hemskickade. Detta är möjligt eftersom Innebandybutiken har ett system där alla butiker är sammankopplade. Om varan inte finns i en annan butik kan butikspersonalen också beställa den från webbutiken.

- Genom att slutföra köpet i butik riskerar de inte att förlora kunden till någon annan handlare. Om kunden väljer att hämta varan i butiken är det bra för då har vi chans till mersälj, säger hon.

E-meet

E-meet är en årlig konferens om e-handel. E-meet handlar om att öppna upp, dela med sig, och därigenom få ut maximalt av e-handelskonferensen. Årets träff hölls på PostNords huvudkontor.

SYSTEMET KAN LÅTA ENKELT, men att få säljarna att även sälja varor som inte finns på plats fysiskt har ibland varit svårt.

- I våra egna butiker har det fungerat bra, men när vi hade franchisebutiker var det inte lika enkelt att motivera säljarna.

Flera av de andra deltagarna på E-meet berättar om svårigheter att få sin personal att sälja i andra kanaler. Trots olika försök med till exempel bonussystem, utbildningar och peptalk.

- Jag tror det är en mänsklig faktor. Är det inte en del av dina grunduppgifter så gör du det inte, säger Niklas Garphult från butiken Hega.se.

Precis som med många andra nya tekniker och metoder handlar det ofta om att hitta en engagerad person i varje butik som tycker multitänket är roligt – och kan sprida det vidare till sina medarbetare. ■



3 TIPS BEHÅLL DIN KUND

Så jobbar Innebandybutiken med omnichannel i tre steg:

Köpa direkt från alla butiker

Om varorna inte finns i den butik som kunden besöker, kan personalen hjälpa till att genomföra köpet i alla fall. De erbjuder kunderna att handla från någon av sina andra butiker och kunderna kan betala varorna direkt över disk med sitt kort eller via Klarnafaktura.

Beställa från webben

Kunderna kan också välja om de vill hämta varorna i en annan butik eller få dem hemskickade. Detta är möjligt eftersom Innebandybutiken har ett system där alla butiker är sammankopplade. Om varan inte finns i en annan butik kan butikspersonalen beställa den från webbutiken.

Riskerar inte förlora kunden

Genom att slutföra köpet i butik riskerar företaget inte att förlora kunden till någon annan handlare. Om kunden väljer att hämta varan i butiken är det bra eftersom företaget då har chans till mersälj.