Lifestyle & Design Cluster

Birk Centerpark 38
DK-7400 Herning

Forbindelsesvej 4
DK-2100 København Ø

T: +45 96 16 62 00
www.idcluster.com

Marts 2016

Service Platform: Forbrugere kræver den gode historie

Ry er en by, der grundlæggende klarer sig godt, men som så mange andre små handelsbyer har den også sine udfordringer. Anne Thomas fra innovationsnetværket Service Platform fortalte i sit oplæg om det såkaldte Ry-projekt, der har undersøgt forbrugeradfærd og hvordan detailhandlen på lavpraktisk facon kan arbejde med opsamling af data. På trods af Rys beskedne størrelse, så var byen ideel at bruge som case i projektet, fordi der bor mange veluddannede i byen og dens Kvickly-butik ligger i Coop-kædens top 10 for bedst performing-butikker.

For at undersøge adfærden blev der først og fremmest sat sniffere op, der registrerer en forbigående med en smartphone. Har en person med en smartphone eksempelvis været i Kvickly, så kan man med censorerne registrere den samme smartphone et hvilket som helst andet sted i bymidten. På den måde blev det tydeliggjort, hvor meget Kvickly bidrager til byens handel – snifferne viste nemlig, at det, der foregik i midtbyen, svarede til det, der foregik i Kvickly. Supermarkedet var stort set med i ligningen hver gang og er dermed en vigtig handelskanal for en by som Ry.

Ved datasammenligningen blev det desuden klart, at kunderne besøger butikkerne på forskellige dage og tidspunkter, hvilket øgede opmærksomheden mod, hvor vigtigt det er med synergi butikkerne i mellem.
Et andet projektresultat viste, at udsalgsvarer stort set ikke kan sælges, fordi kunderne i dette område i højere grad er tiltrukket af det luksuriøse og oplevelser som vinaftener og andre tiltag, der handler om at fortælle en god historie. Her kan man ikke trække kunder til via dagens slagtilbud. Måden, som butikkerne tiltrækker kunderne på, skal derfor re-tænkes, for ellers handler kunderne andre steder.
Snifferne afslørede også, at bymidten ikke har nok trafik torsdag-lørdag i forhold til Kvickly. Derfor er betydningen af, hvad andre gør, enormt stor. Alt i alt gav sammenligningen af disse data et resultat, der fortæller, at den fysiske åbning af byrummet, interaktionen og kontakten mellem butikkerne er vigtige parametre i detailhandlen.

Referatet er skrevet på baggrund af Anne Thomas' oplæg til konferencen E-handel Innovation 2016, der blev afholdt i Aarhus d. 15. marts 2016.

Autobutler.dk: Konservative markeder må bukke sig for forbrugeren
Hos den online platform Autobutler.dk tager man magtforholdet fra leverandøren og giver den til forbrugeren. Denne gennemsigtighed ønsker Autobutler.dk at være synonym med, fordi de på den måde nedsætter 'angsten' hos kunderne, der får følelsen af at have kontrol. Det onlinebaserede værksted startede for seks år siden midt i digitaliseringsbølgen, som stadig vokser sig større. Autobutler.dk adskiller sig fra de traditionelle værksteder ved ikke at vide en dyt om biler, men til gengæld ved de utrolig meget

Lifestyle & Design Cluster

Birk Centerpark 38
DK-7400 Herning

Forbindelsesvej 4
DK-2100 København Ø

T: +45 96 16 62 00
www.idcluster.com

om internettet. Missionen er at blive verdens største værksted, uden egentlig at være et rigtigt værksted. Peter Ziegler, medstifter af Autobutler.dk, fremhævede andre eksempler på, hvordan man ikke ejer noget, men alligevel ejer hele markedet, da han nævnte musikgiganten Spotify og takeaway-servicen Just Eat. Autobutlerne befinder sig på et kæmpestort marked – større en social media-markedet – men det er også et konservativt marked, hvor kun ganske få aktører endnu er gået online. Det betyder derfor, at potentialet er kæmpestort.

Den digitale udvikling, som vi ser i dag, kan ifølge Peter Ziegler forklares som ”the rise of consumer power”. Forbrugerens magt har værkstedsportalen selv oplevet, da andre store kæder forsøgte at bremse dem ved at advare deres leverandører mod at bruge Autobutler.dk. Forbrugerne tog sig ikke af disse advarsler, så derfor måtte udfordrerne indse, at de ikke kan stoppe udviklingen – hvis forbrugerne vil have en servise som Autobutler.dk; ja, så får de det. Det har lært virksomheden, at det er vigtigt med en relation til kunderne, fordi de er det helt naturlige sted at starte.

Autobutler.dk ser blot disruption som evolution, og det dummeste, man kan gøre, er at gemme sig, fordi man kun ser truslerne. I stedet skal virksomhederne øjne mulighederne – for dem er der mange af. Peter Ziegler afsluttede sit oplæg med en opfordring om tage sig mod til at vækste, da han fortalte om verdens hurtigste marathon-løber, der kommer fra en lille stamme i Kenya. 23% af verdens bedste løbere kommer herfra, fordi de træner sammen med nogen, der er hurtigere, indtil de en dag overhaler dem. Eksemplet skal vi bruge i Danmark til at blive førende på den digitale bane, fordi vi kan gøre hinanden bedre.

Referatet er skrevet på baggrund af Peter Zieglers oplæg til konferencen E-handel Innovation 2016, der blev afholdt i Aarhus d. 15. marts 2016