

Mobilitet och Mobila shoppinglösningar i detaljhandeln

Per Mandorf | Försäljningsdirektör | Visma Retail

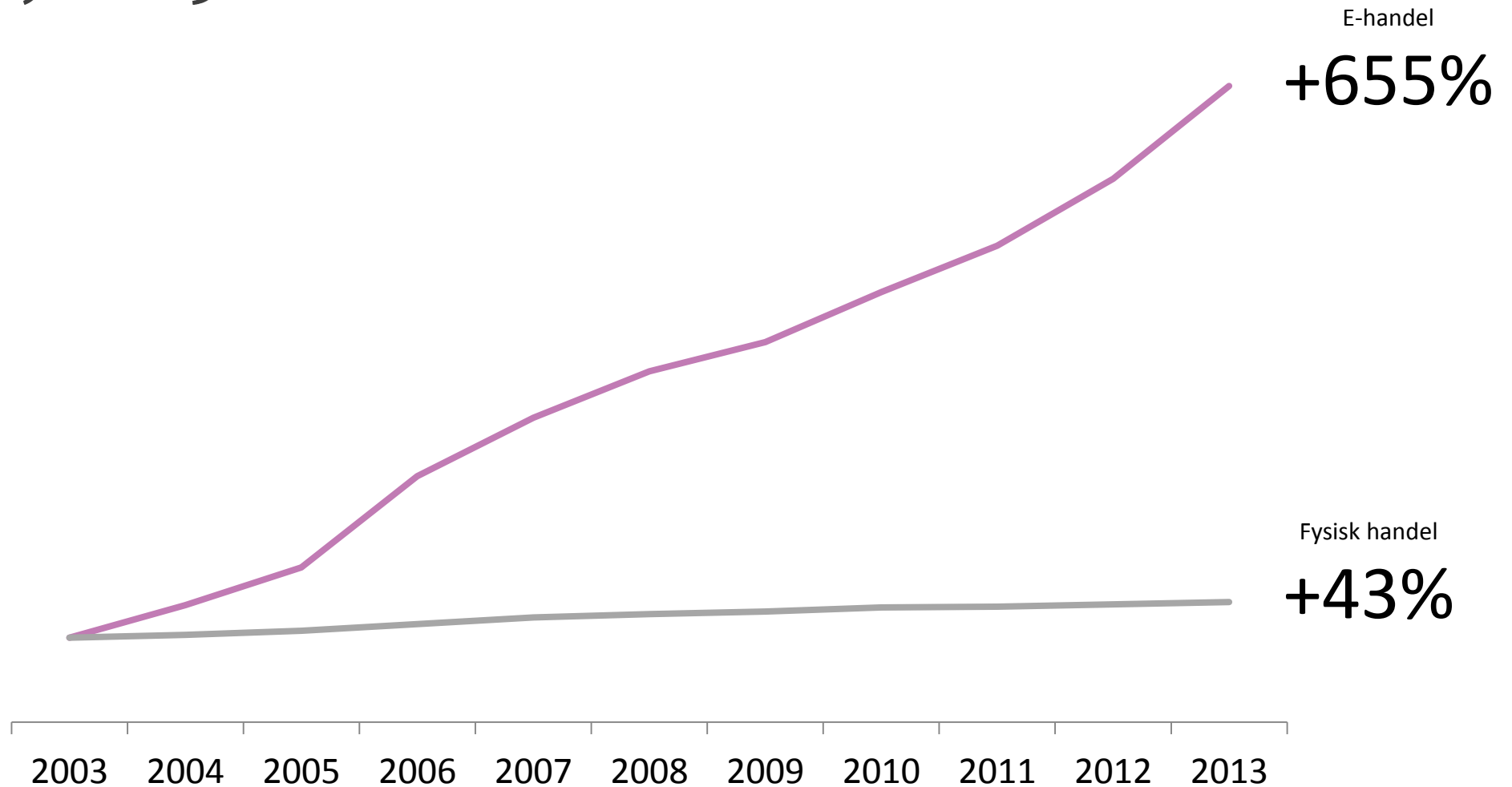
Syfte med rapporten

- Att **förstå** hur konsumenter **tänker och agerar** i detaljhandeln
- Undersöka **mognadsgraden** hos konsumenter och marknad
- Belysa **drivkrafter och utmaningar** bakom mobilitet i detaljhandeln



Trender

Försäljning i olika kanaler



Gränserna suddas ut

ELGIGANTEN Mina sidor Öppettider / Hitta varuhus Kundservice

Alla kategorier Elgiganten > Varor > Tvättmaskin > Electrolux Tvättmaskin EW71411F

Electrolux Tvättmaskin EW71411F



★★★★★ 5.0 | 2 recensioner
1 av 1 (100 %) recensenter rekommenderade den här produkten

[Skriv en recension](#)

Spara 1500

Frontmatad tvättmaskin med FlexManager-funktion från Electrolux som anpassar tvättningen utifrån dina behov. Energiklass A+++.

Varukod: EW71411F

- Kapacitet: 7 kg
- 1400 rpm
- Energiklass: A+++

Veckoerbjudande! T.o.m 26/10

[Läs mer om Electrolux Tvättmaskin EW71411F](#)

[Se fullständiga specifikationer](#)

[Frågor & svar om Electrolux Tvättmaskin EW71411F](#)

[Klicka här för att se större bild](#)

7 KG INVERTER

Veckans kampanj
Denna produkt ingår i veckans kampanj. Priset gäller vid beställning online, via telefon 0771-115 115 samt i alla varuhus.

Lagersaldo:

I webblager 2014-10-23

[Se första möjliga datum för leverans till din adress](#)

Fraktpriser

Hemleverans till port eller tomtgräns

Fri frakt

Collect@store - Hämta och betala i varuhus

Fri frakt

Du kan ändra och välja bland flera olika fraktalternativ i kundvagnen

Collect @ Store

Finns i lager i 37 varuhus

Boka online, hämta i varuhus.

[Se lagerstatus i varuhus](#)

Förväntan på service



Hög penetrationsgrad (Sverige, 16+)



81%



53%



90%

Rapporten

Definition

Mobilitet

- Var som helst och när som helst
- Mobil enhet (smartphone/surfplatta)
- Oavsett försäljningskanal

Mobila lösningar

- Verktyg och/eller funktioner som möjliggör konsumtion



Undersökningen

Konsument

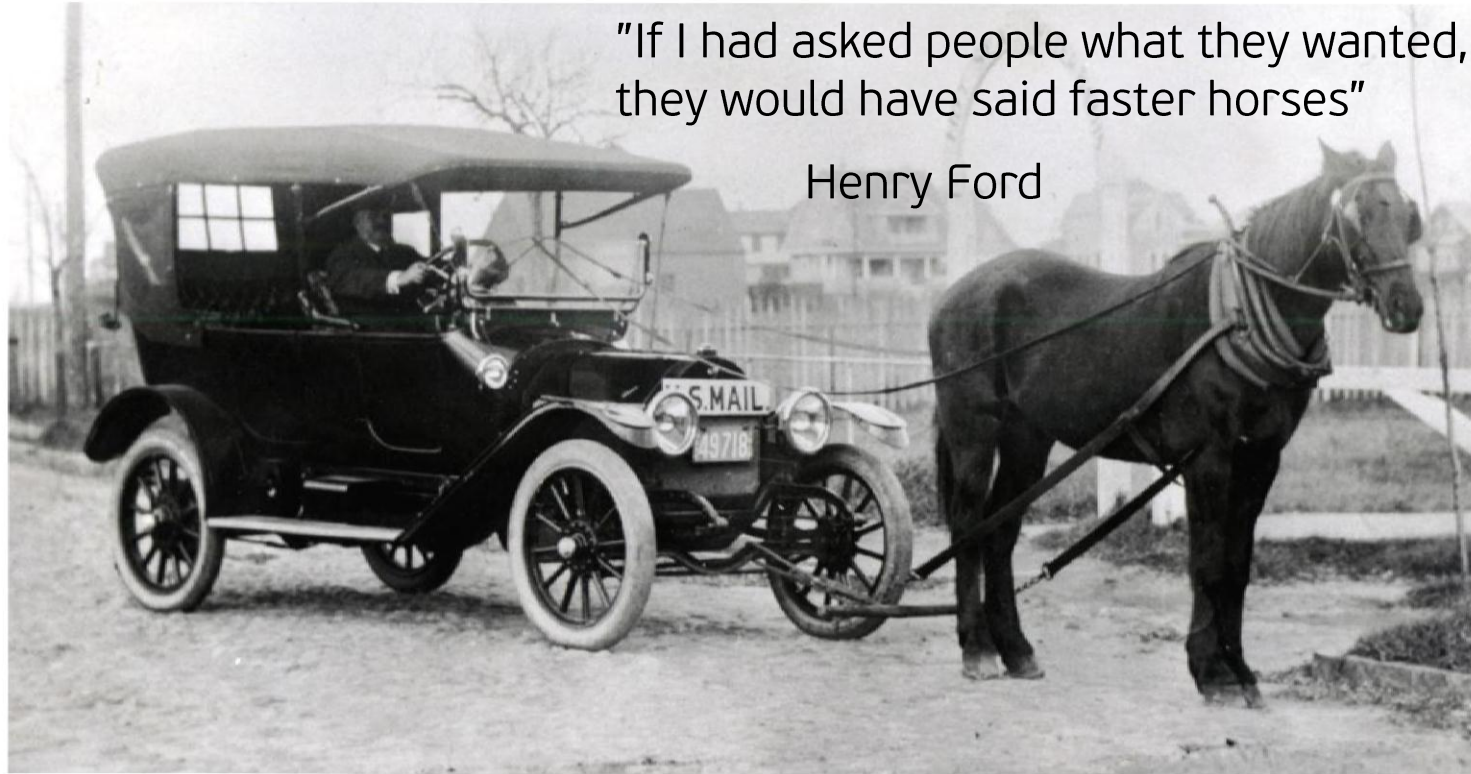
- Undersökning med ett riksrepresentativt urval av befolkningen
- 1 490 respondenter i åldrarna 16 år och äldre
- 51% kvinnor, 49% män
- 81% har en smartphone 

Detaljist

- Djupintervjuer
- Med olika bakgrund och bred kompetens inom detaljhandeln

"If I had asked people what they wanted,
they would have said faster horses"

Henry Ford



Slutsatser

Detaljhandeln idag

- Konsumenten har mer **inflytande**
- Detaljister måste finnas **där konsumenten är**
- Konsumenten rör sig i **flera kanaler**
- Mobila shoppinglösningar



Utmaningar för detaljister

- Detaljister behöver möta konsumentens krav på **självservice**
- Mäktar man med den **snabba tekniska utvecklingen**?
- Försäljningskanalerna är **sammankopplade** och därmed även värdet och lönsamheten
- Lösningen **måste vara sömlös** mellan olika plattformar



Enkelhet - framgångsrecept

- Systemen måste vara enkla, skalbara och påbyggbara
 - motverkar också detaljisters oro för att stänga in sig i stora och standardiserade system som snabbt blir förlegade.
- Konsumenterna vill se användarnyttan genast



Framgångsfaktorer

- Tekniken är **ett stöd** i processen och **inte lösningen**
- **Service** är viktigast och fokus på **konsumenten** är avgörande
- Skapa **trygghet** och **förtroende** hos konsument och fokusera på **upplevelser** i butiksmiljön

Rapporten

- Fullständig rapport
- Executive summary
- Whitepaper
- visma.se/retail



Mobila shoppinglösningar och mobilitet i detaljhandeln

Mobila shoppinglösningar är framtiden

...enten har idag mer inflytande att påverka...
...essen. I en ökande konkurrens innebär det...
...ister måste finnas där konsumenten är...
...en är mobilitet.

...in spännande än någonsin att...
...i handeln har väckt en idé och...
...sanna handla oögränsat, både...
...frutad. Konsumenten ser det...
...het att kunna röra sig i flera...
...nga gränser och väljer därför...
...löst matchar dennes behov...
...betendet har inneburit att...
...e roll i handeln har stärkts...
...har skiftat från detaljist till...
...tekniska utvecklingen går så...
...konsumentens värde, inflysa...
...kan kommer att kräva att...
...bjuder olika typer av mobila...
...ar.

...NA PÅ DETALJHANDLEN är...
...och med de andra förut...
...viktiga trend för att inte tappa...
...marknaden där mobilitet är en...
...för en lyckad såld.

...dock fortfarande inför att invest...
...görelser. De har istället...
...nya investera men tvekar på...
...utsträcker blick på kundskap...
...och från leverantörer.

...I TILLSAMMAN med HUI Re...
...sementfört en studie som visar...
...enningar. Enligt den kommer...
...sa söd och växling för att...
...mobila shoppinglösningar. Det...
...tekniker inte matchar med den...
...utvecklingen, men en karaktär...
...för detaljister är att tänka om...
...gillat förskottet.

...inlöp är förslingskänsliga...
...is och därmed även värdet...
...in. Likaså måste det tekniska...
...ompositioner anpassas efter...
...ingområdena för att det ska...
...konsumenter att använda den

...i mobila shoppinglösningar...
...ställer även större krav på...
...eller betalningar, information...
...i kundskapspersonuppgifter.



Konsumenten är det som i saktmalet att kunna röra sig i flera rum utan tydliga gränser. Detta gör att den köper som inte matchar behovet.

...Flexibilitet och mobilitet i detaljhandeln...
...sätt mellan olika inköpskanaler som före...
...under och efter köp, blir allt viktigare för...
...konsumenterna. Mobila shoppinglösningar...
...gör att ett köp inte är begränsat till en...
...kanaler. För konsumenterna kommer köpp...
...levelsen att vara kontinuerlig och dynamisk.

...En av slutsatserna i studien är att framtiden...
...ser ljus ut för mobila shoppinglösningar, trots...
...att konsumenter och detaljister i varierande...
...utsträckning inte har tagit hela steget än.

...Mobilitet i detaljhandeln är en nödvändig...
...het för att vara konkurrenskraftig framöver...
...Den kommer på sikt bli en viktig del i...
...konsumenterna en effektivare, enklare och...
...mer nöjdhets shopping. Det är spännande...
...att få vara med på denna resa och få möjlig...
...het att driva utvecklingen framåt, säger Peter...
...Fischer.

visma.se/retail
retail@visma.com



Tack!