SERVICE PLATFORM

Kunden i butikken

V./Betina Simonsen

Development centre UMT

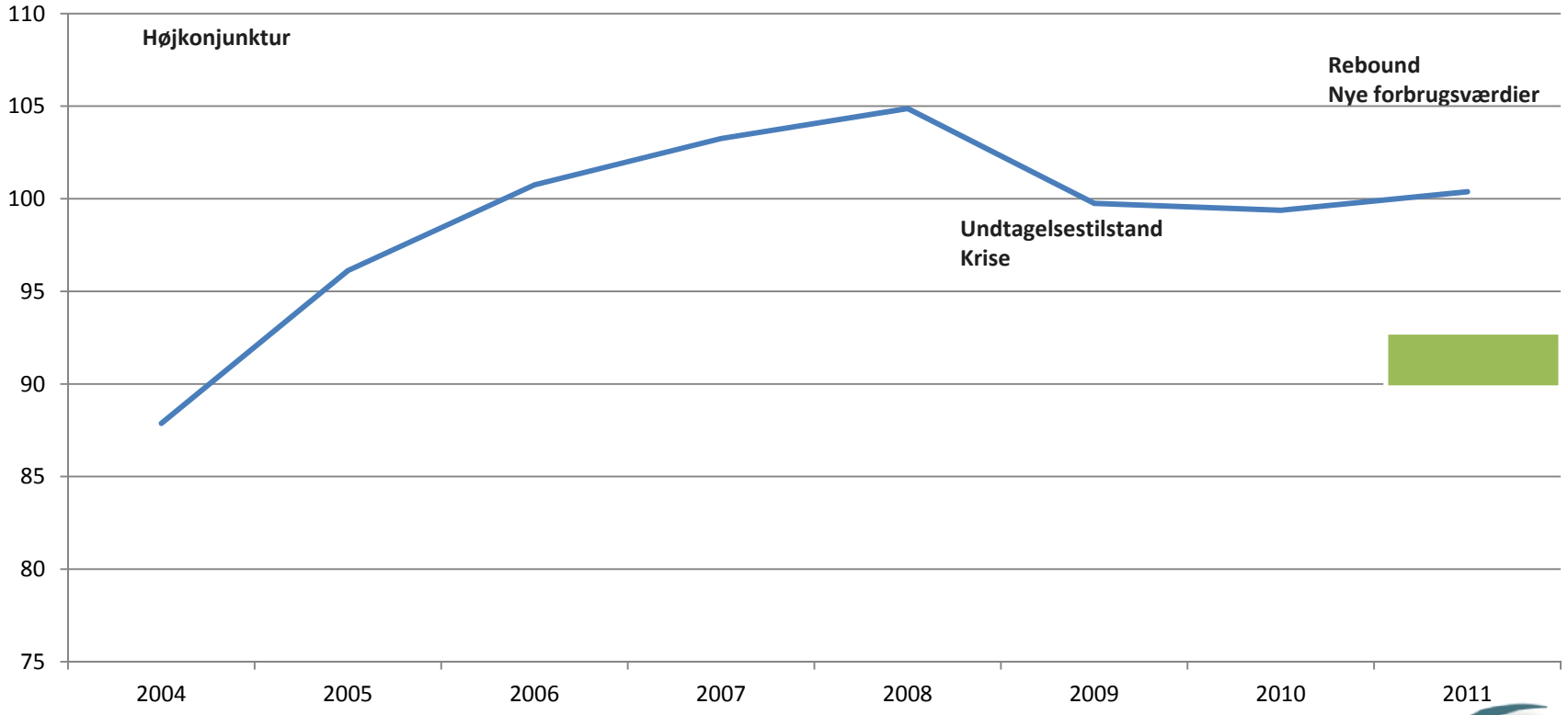
Agenda

- Hvad er de overordnede forbrugertrends? Og hvordan kan jeg bruge dem i min webshop?
- Hvordan kommer jeg tættere på mine kunder? Og hvordan kan jeg i min webshop arbejde med at inddrage kunderne?

Hvad styrer forbrugerne?

SERVICE PLATFORM

Detailhandelsomsætningen



Development Centre UMT

Kilde: Danmarks Statistik

SERVICE PLATFORM

Model: Retail Institute Scandinavia

Development Centre UMT

VÆRDIERNE

SERVICE PLATFORM

Snusfornuft

Development Centre UMT

SERVICE PLATFORM

Tryghed

Development Centre UMT

SERVICE PLATFORM

Selvhjulpenhed

Development Centre UMT

Omhu

TEMAERNE

Skred i værdierne - og i temaerne…

00'erne

- Boligen
- Larmende luksus
- Wellness
- Oplevelser
- Selvrealisering

10'erne

- Hjemmet
- Diskret og klassisk luksus
- Sundhed
- Empowerment
- Fællesskaber

#1 Hjemmet

Det nostalgiske hjem

50'er stil i den gamle stald

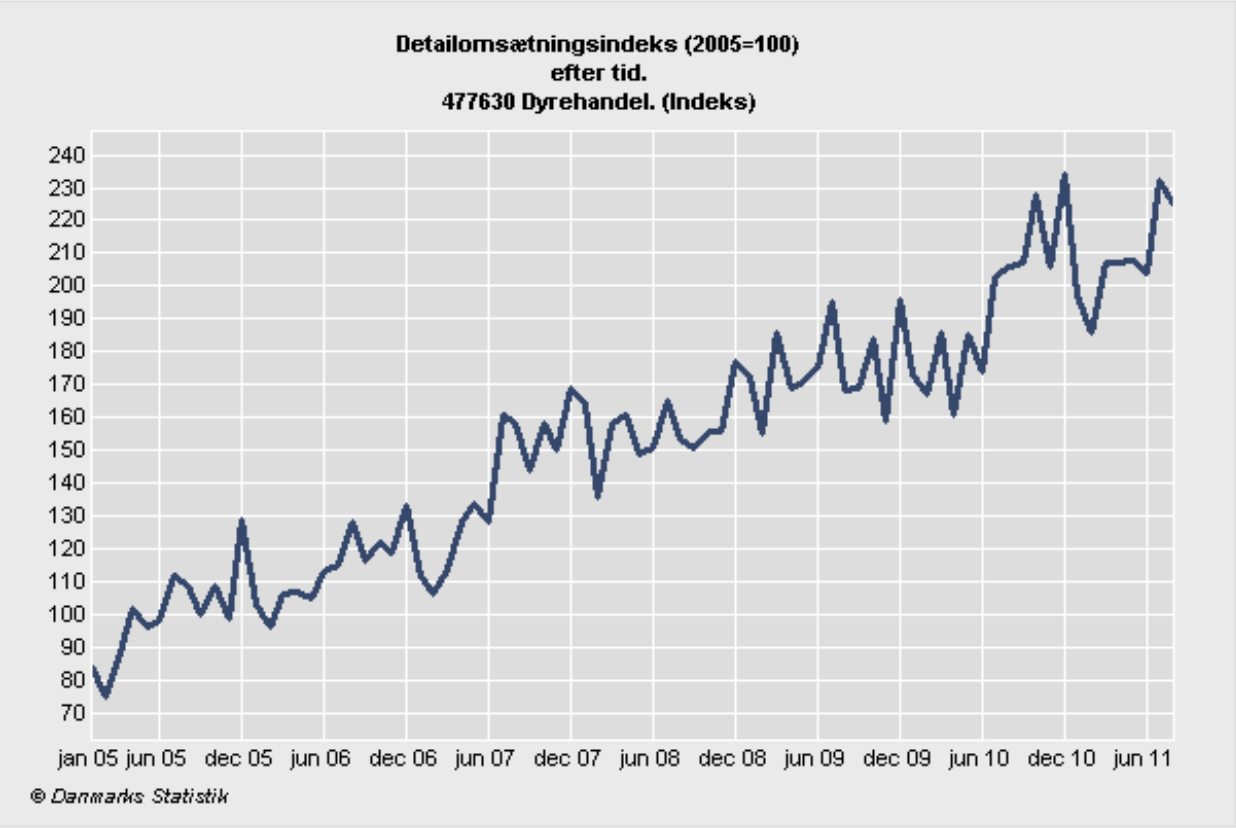
BOLIG

50'ER STIL I DEN GAMLE STALD

I en tidligere stald bor familien Grebel på to etager med 50'er og 60'er genbrug fra loppemarkeder og nedrivninger. Selv fodpanelerne, køkkenet og altanen er skabt af genbrugsmaterialer, som Nic Grebel har fået, når han har været ude som håndværker.

Development Centre UMT

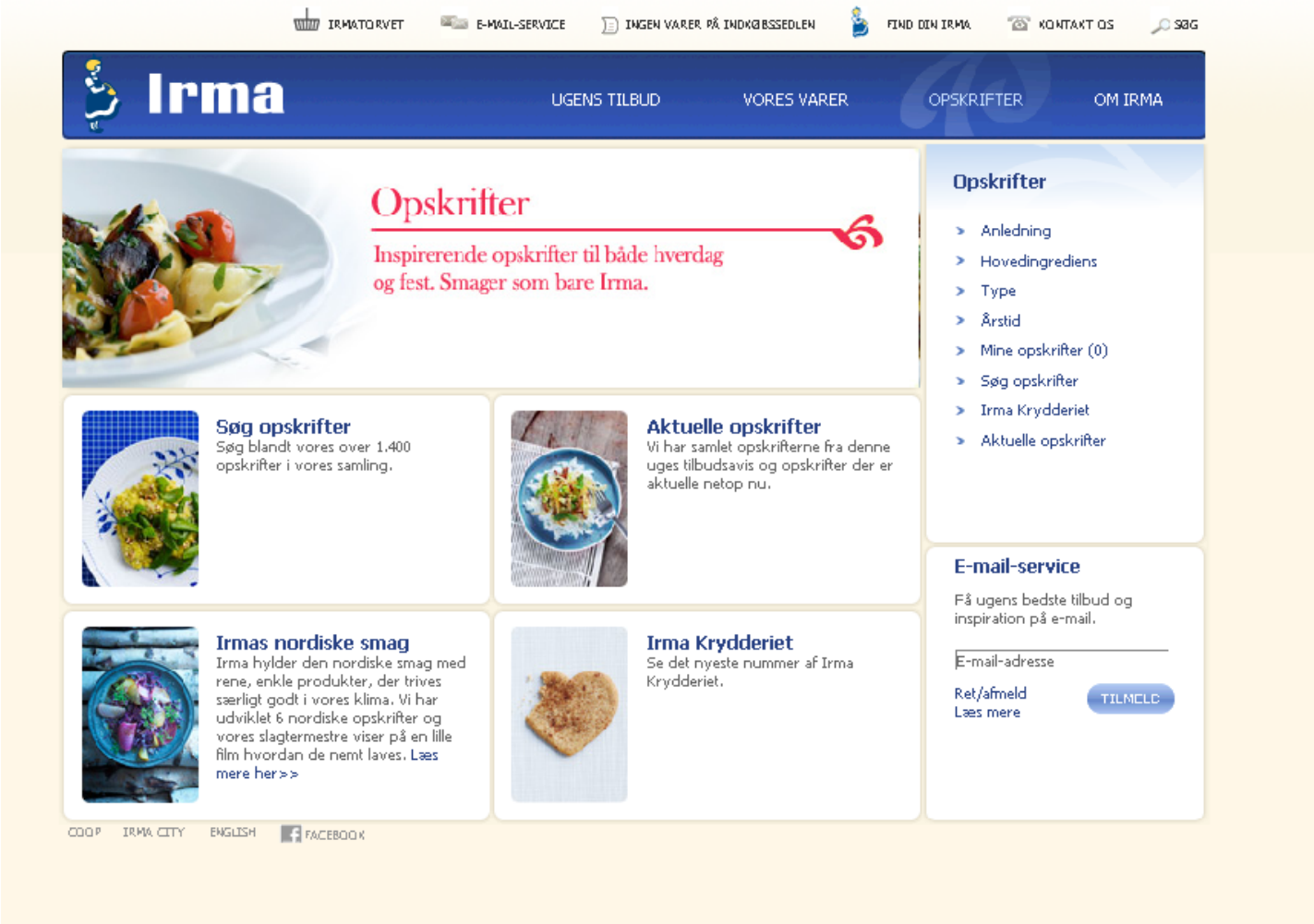
Kriseknuser: Dyrehandlerne



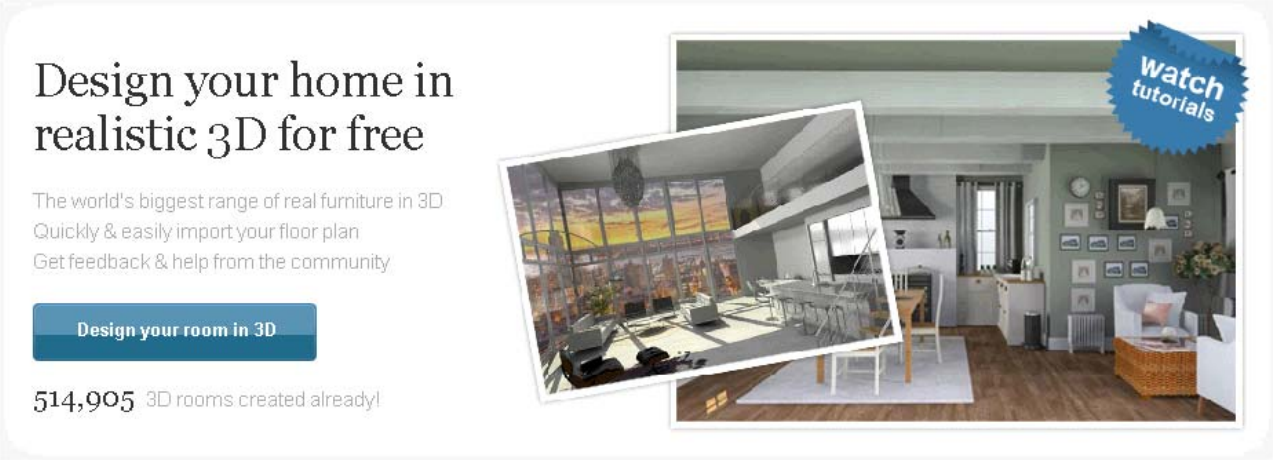
Tilbage til mælkemanden…

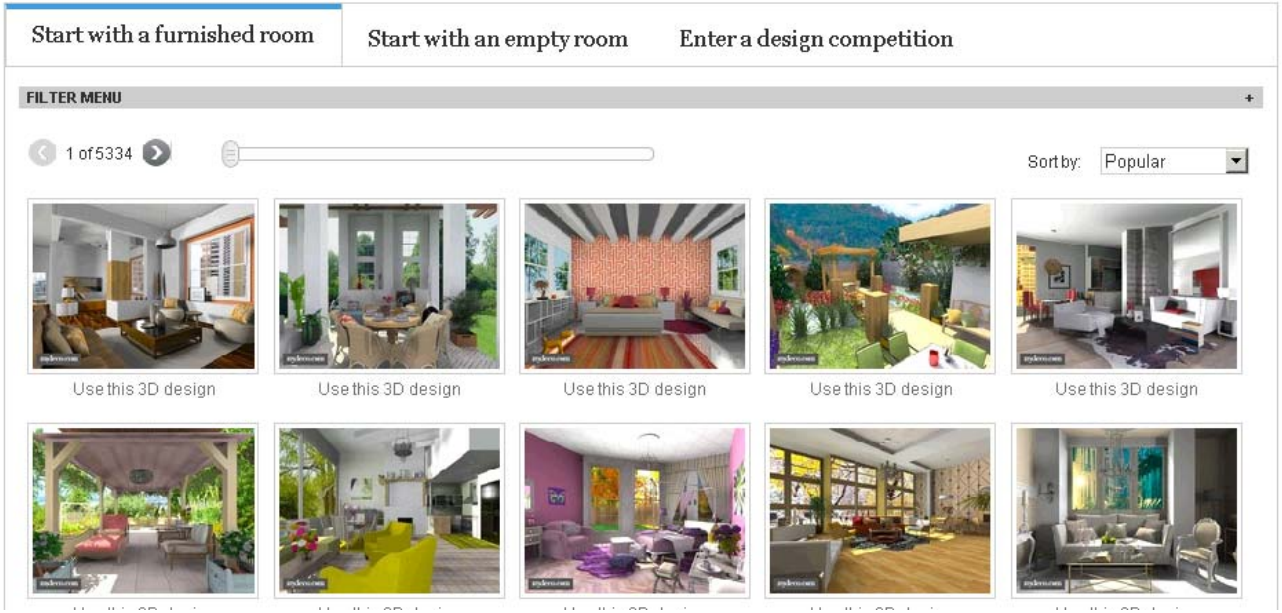
MT

Tips til ting, man kan gøre i hjemmet



MyDeco.com: Værktøjer til at indrette hjemmet



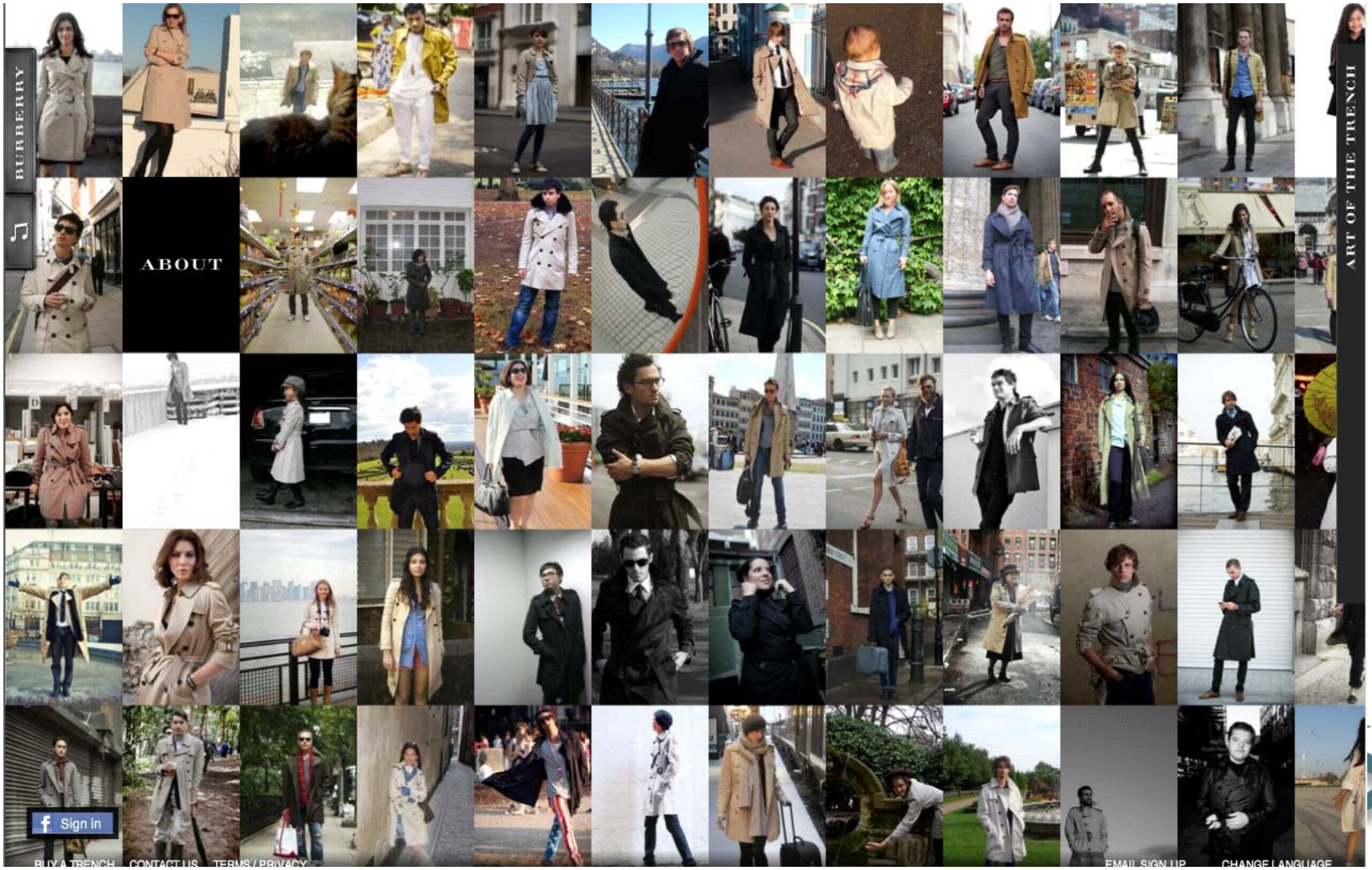


SERVICE PLATFORM

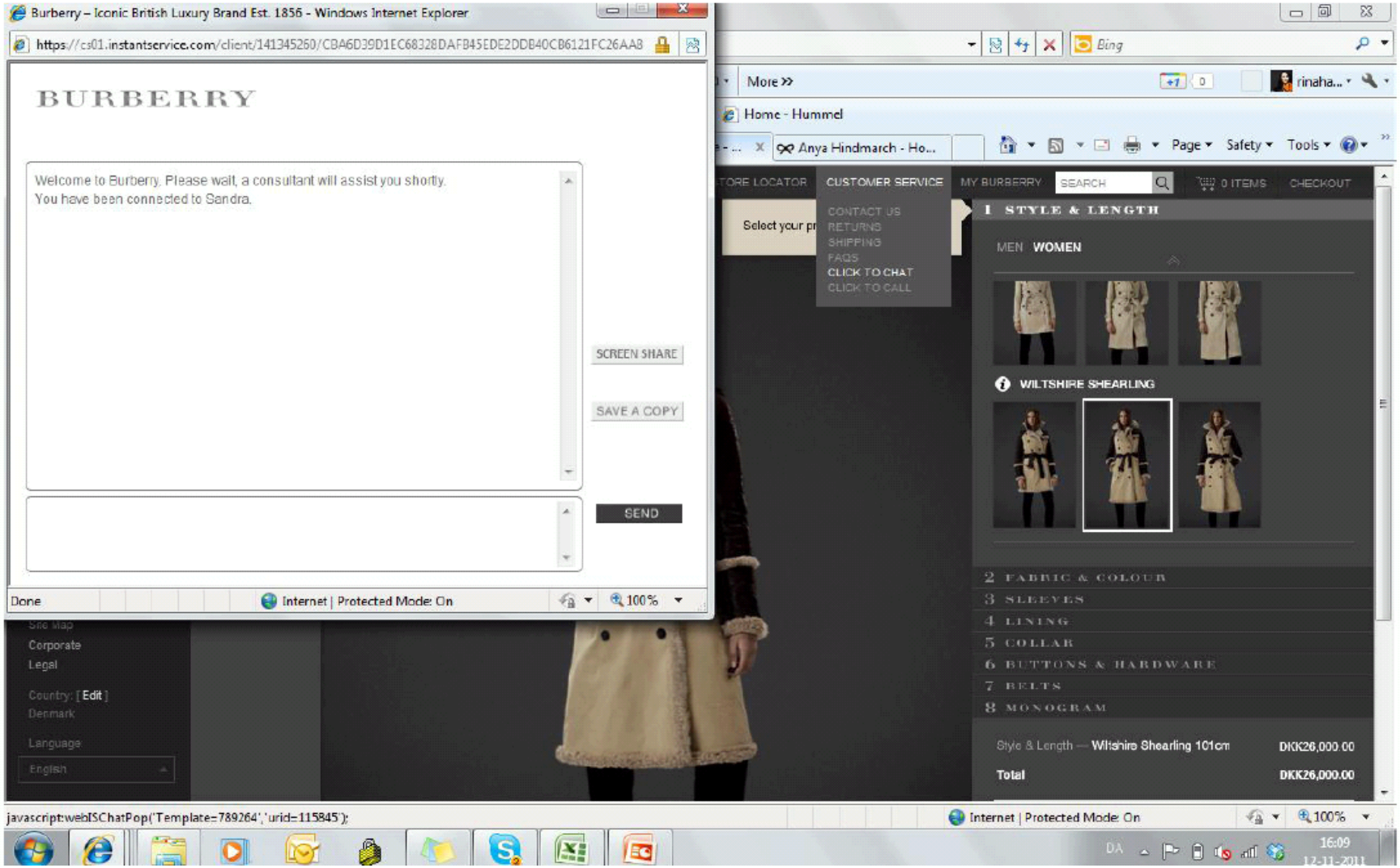
#2 Den nye luksus

MT

Art of the trench



Lav din egen Burberry-trenchcoat

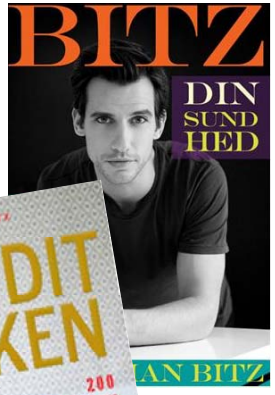


SERVICE PLATFORM

#3 Sundhed

Development Centre UMT

Sundhedsbølgens udvikling

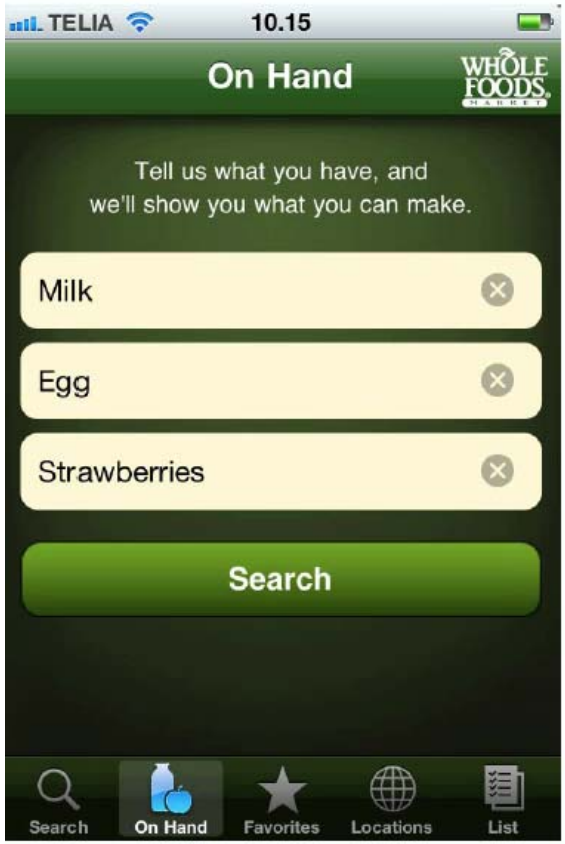


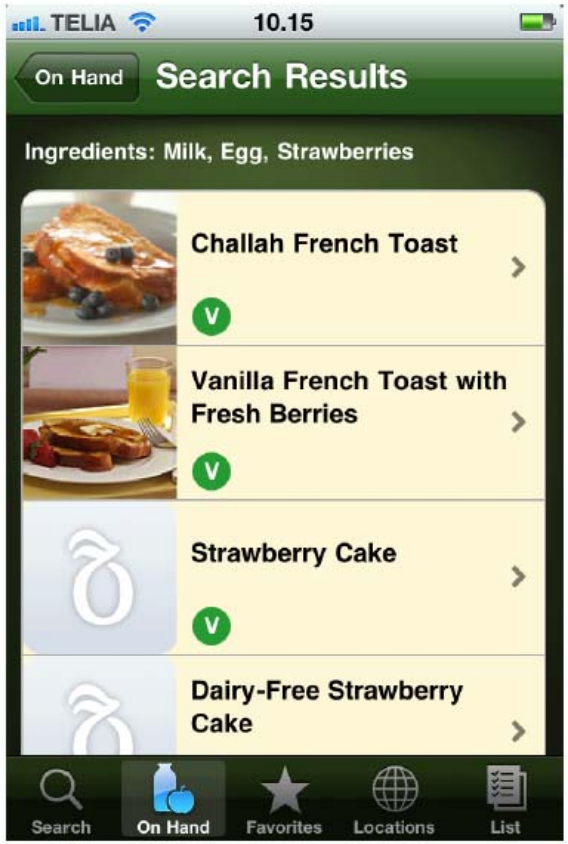
2000'erne

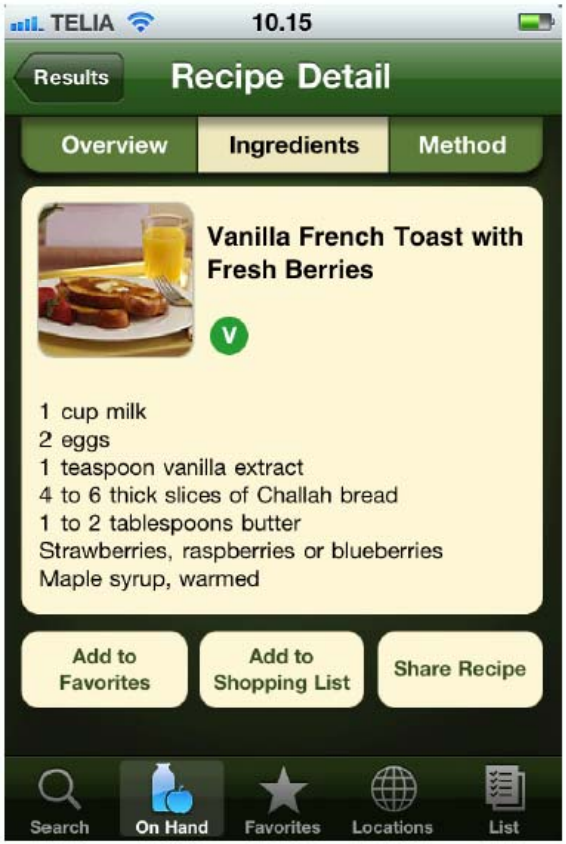
2010'erne

Redskaber til det sunde liv

Whole Foods app.







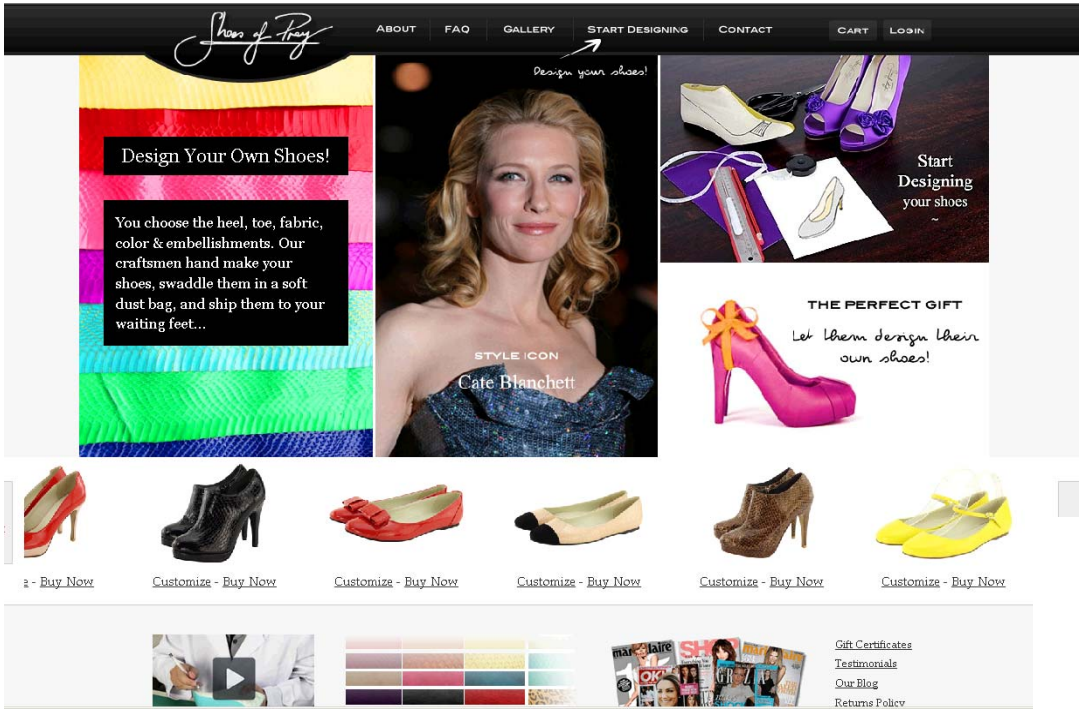
#4 Empowerment

Empowerment-kultur

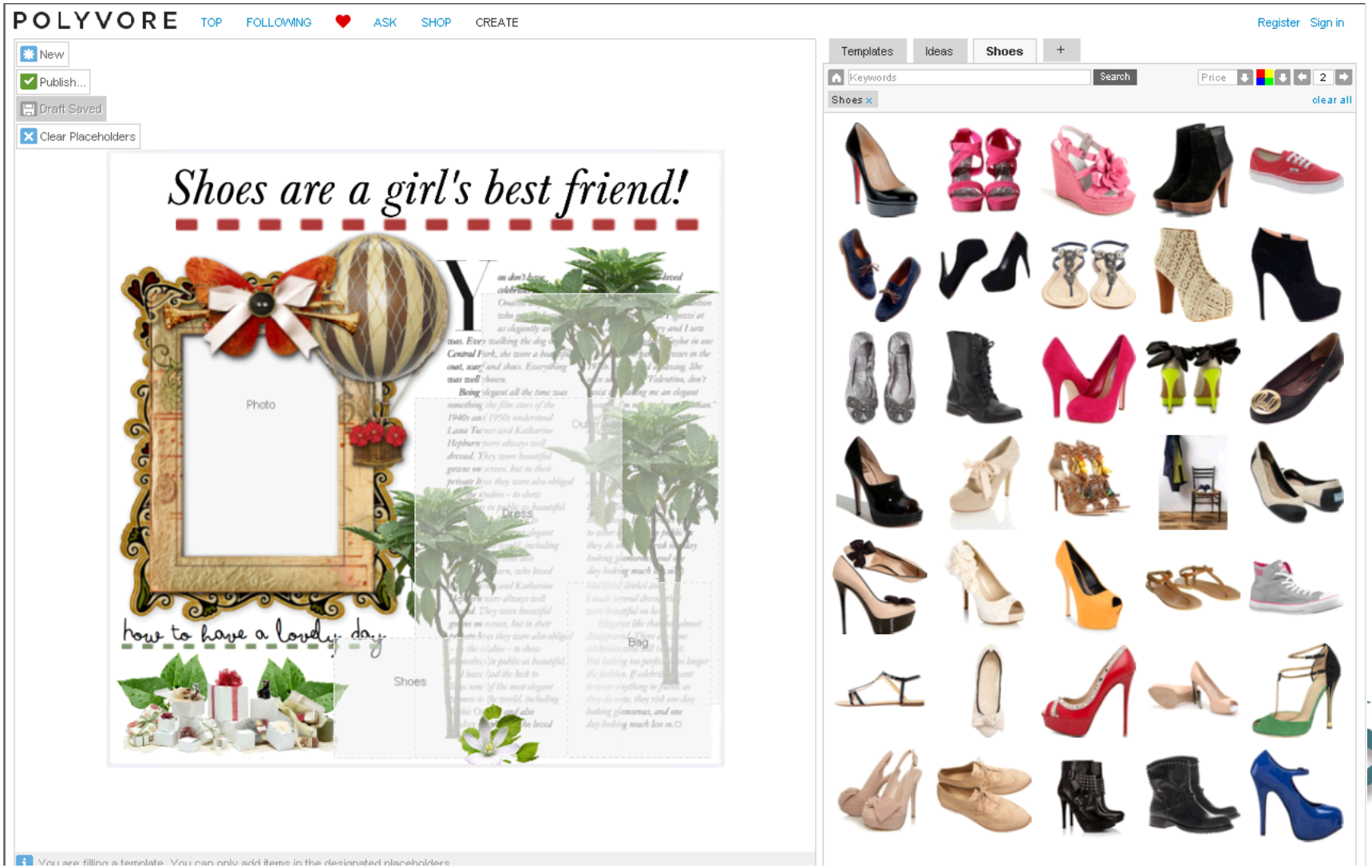
- Forbrugeren vil ikke bare være passiv modtager af en oplevelse som i et cirkus, men i stedet selv være stjernen og aktiv medskaber.
- Nye teknologiske innovationer gør det muligt at involvere forbrugerne mere og dybere.
- Empowerment betyder egentlig *at bemyndige/sætte i stand til* og sætter fokus på processer, hvor mennesker lærer at tage ansvar for deres eget liv.

$\Rightarrow$ Consumer empowerment handler således om at skabe kundetilfreds gennem oplevelsen af en øget kontrol og selvstændighed hos forbrugeren.

Design dine egne stiletter hos Shoes of Prey



Ager som moderedaktør på Polyvore.com



SERVICE PLATFORM

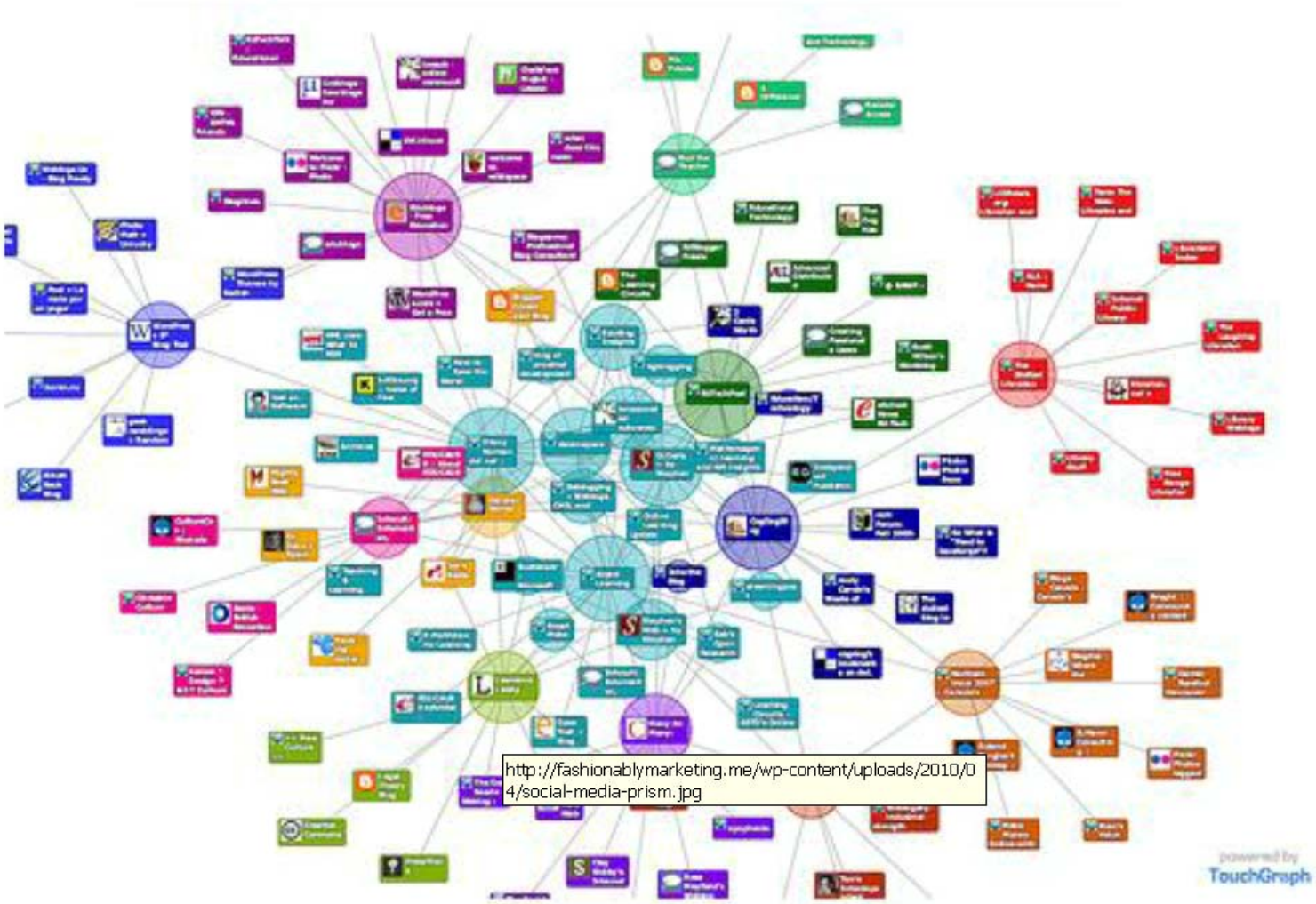
#5 Fællesskaber

SERVICE PLATFORM

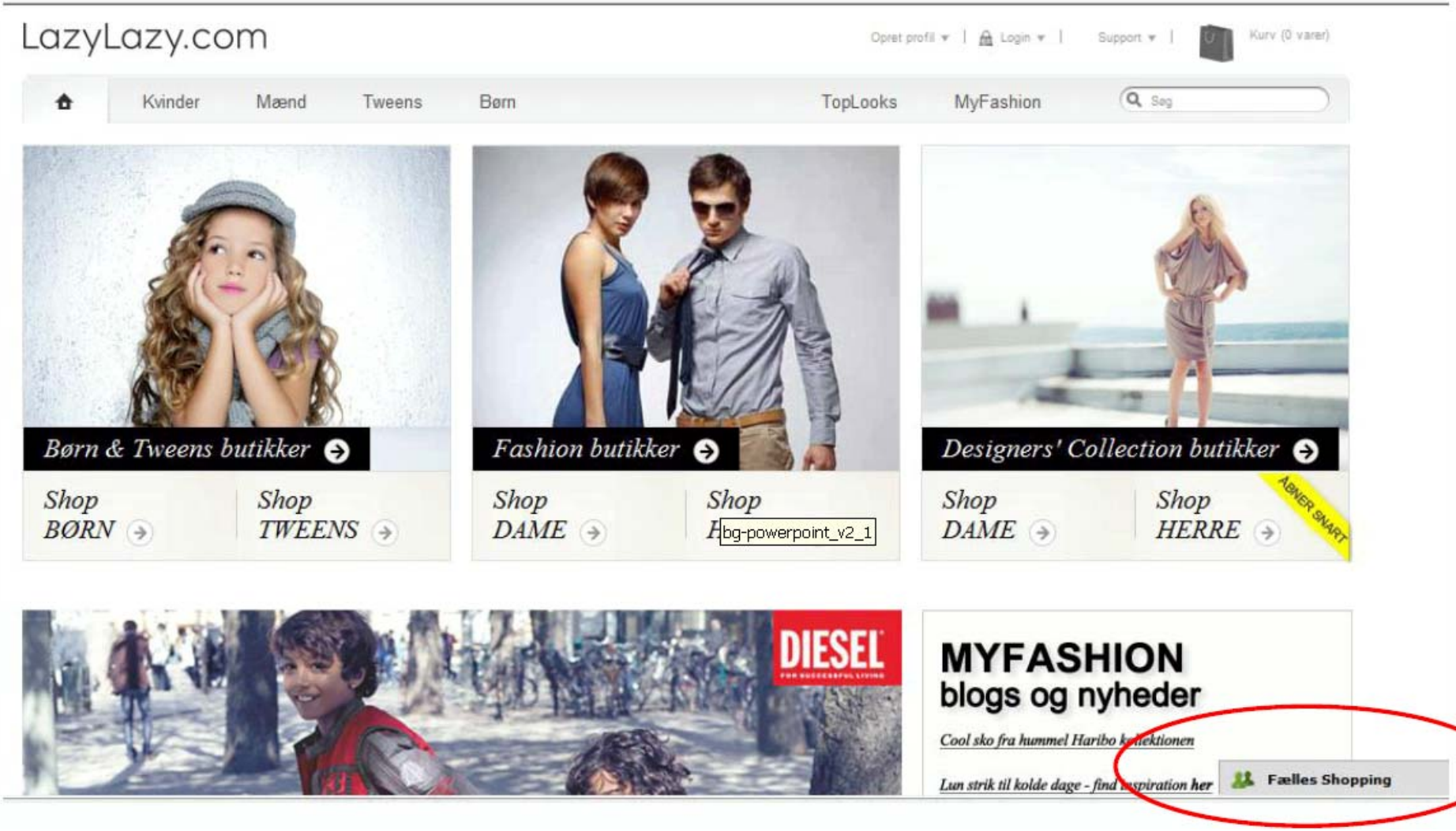
Familien er vigtigst

Fødevarefællesskaber

Internettet er ét stort netværk



LazyLazy.com giver mulighed for fælles shopping online



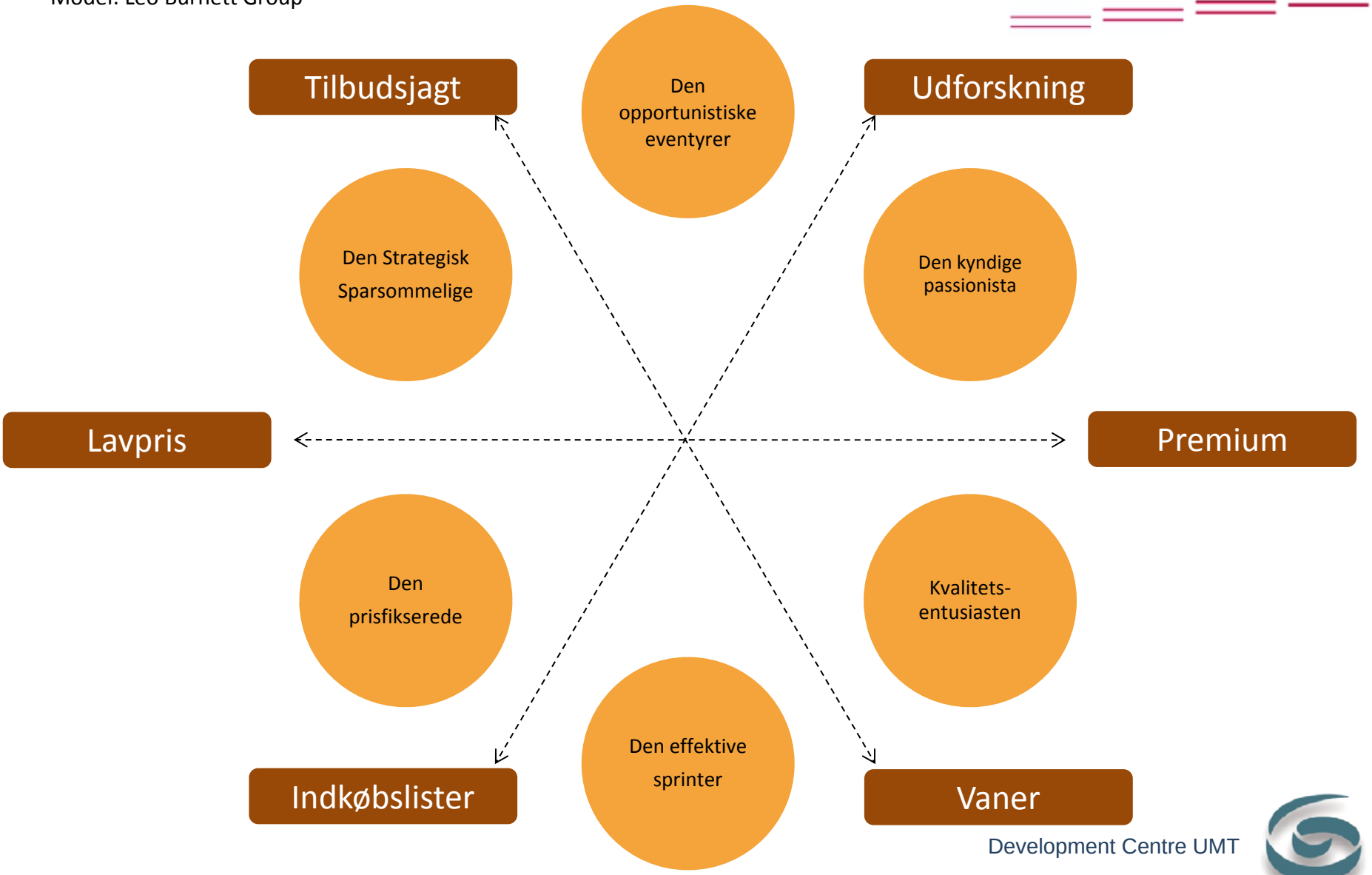
Indsigt i brugernes behov – hvorfor og hvordan

Generelle undersøgelser – tendenser

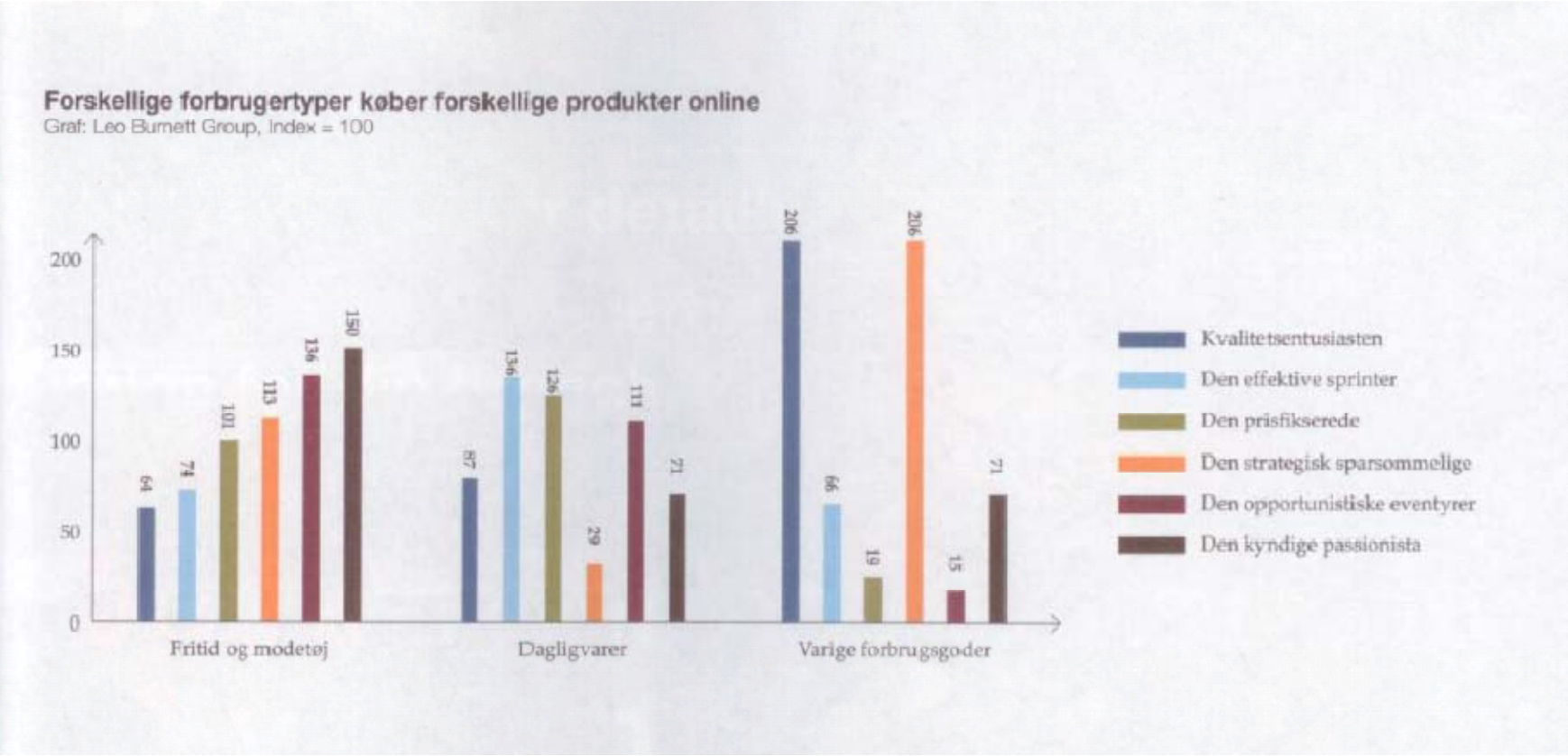
Brugerdreven innovation –
indsigt i behov/udækkede behov

De seks arketyper
Model: Leo Burnett Group

SERVICE PLATFORM



Development Centre UMT


Forskellige forbrugertyper køber forskellige produkter online
Graf: Leo Burnett Group, Index = 100
200
150
100
50
0
64
74
101
113
136
150
87
136
126
29
111
71
206
66
19
206
15
71
Fritid og modetøj
Dagligvarer
Varige forbrugsgoder
Kvalitetsentusiasten
Den effektive sprinter
Den prisfikserede
Den strategisk sparsommelige
Den opportunistiske eventyrer
Den kyndige passionista

Brugerdreven innovation målrettet dine kunders behov / udækkede behov

- Evaluering af alt fra layout af hjemmesiden, sortiment m.m.
- Få nye ideer til udvidelse eller nye produkter og services
- Vær mere sikker på, at du sætter de rigtige nye aktiviteter i gang og skipper de forkerte
- Få mere trafik ved at engagere besøgene: konkurrencer, deltag i sammensætning af sortiment og oplevelser), fremstå som ekspert via blogs, indlæg etc.
- Benyt ambassadører til at få trafik og opmærksom. Støt evt. gode sager og få profilering og interesse fra kunderne i at deltage i samarbejde

Fokus/testgrupper/medlemmer/samarbejde

enten on line eller fysisk.
Brug facebook.
Vær åben kom i dialog med kunderne og få den engageret.
Lav medlemsfordele og benyt disse til nyudvikling.

Lav udvikling af siden sammen med leverandører og kunder

Etnografiske overvågning af brugere – hvad sker der når de får forskellige opgaver

Indsamling af data omkring dine kunder:

- generelle data f.eks. Fra FDIH E-handelanalysen: http://www.fdih.dk/viden/dansk-e-handelsanalyse

- evt. PostDanmark: http://www.postdanmark.dk/da/e-handel/Sider/home.aspx

- google analytics

-egne undersøgelser: spørgeskema på web, facebook, benyt bureauer

Personas

Konkrete og fiktive beskrivelser af brugerne, som gør det lettere at forstå deres behov. Der benyttes kombinationer af interviews, research, virksomhedens egne indsamlet data og kundeprofilering.

Personas udstyres med navne, personligheder og ikke mindst mål. Personas bliver da ”stand-in” for en bestemt gruppe brugere, der har samme mål og en række fælles karakteristika.

Med Personas er det muligt at overføre viden om brugerne til dem, der udvikler kommunikationsstrategien.

Personas levendegør brugerne for medarbejderne og der opnås ens opfattelse af deres mål

Personas gør målgrupperne til virkelige levende mennesker, som man husker og forstår

On line community

Man kan udvikle varigt samarbejde, nye inputs, nørder bliver motiveret af udfordringer, billig og uforpligtende måde at få nye ideer eller vurderinger på nuværende produkter/services. Let at gå til.

Forpligter og kan opsluge mange ressourcer. Ex www.cuusoo.com; www.join.dk

Prototyping til idèudvikling og testning/evaluering

Sammen med observationsteknikker - bruges til idégenering og til at teste relevans af nye produkter eller koncepter i forskellige faser af udviklingsprocessen.

Udvikling af modeller eller mock-ups, 3D tegninger og senere næsten færdige prototyper.

Mulighed for at få nye input, få evalueret første tanker/udkast i en tidlig fase, så man ikke bruger unødige ressourcer – mulighed for justeringer hen ad vejen på baggrund af tilbagemeldinger.

Desired Outcome

Ved workshops med forskellige kundetyper udføres plan-reslutat-baserede interviews med ønskede løsninger.

Der udføres interviews, hvor man hele tiden forsøger at grave ned under overfladen og løsningerne organiseres

Der opstilles kundeværdihierarki – ved hjælp af kvantitative undersøgelser

Der opstilles brugsbaseret segmentering

Få indsigt i hvilke områder der er ”overserved” og ”underserved”

SERVICE PLATFORM

Forbrugeradfærd projektet på Serviceplatformen

Forprojekt: MEGA trends og interviews med best practice - rapport
Nu: interview af slutbrugerne – divergens?
Udvikling af værktøj til at arbejde mere effektivt med forbrugeradfærd

Development Centre UMT