

Fra krise til succes

Jydepotten var i mange år en succesfuld butik i Herning. Men så begyndte alt at se sort ud. Kælderen i den toetagers butik lukkede og første etage blev en skrantende forretning med rød bundlinje og dystre fremtid. Men så kom Else Marie Klippert til. Med økonomisk baggrund og en passion for tøj udviklede hun på et par år den kriseramte tøj- og brugskunstbutik til en sund virksomhed

”Jeg arbejdede i et investeringsselskab, der blandt andet ejede Jydepotten, som gik dårligt. Jeg skulle lave en turn around for at gøre Jydepotten salgsklar, men blev fuldstændig forelsket i butikken. Så jeg endte med at købe den – med gæld og det hele. Jeg havde aldrig forestillet mig, at jeg skulle arbejde med butik.” Ordene er Else Marie Klipperts.

Hun sidder i sofaen midt i sin butik og fortæller med strålende øjne, hvor fantastisk en butik, hun har. Hvordan hun elsker at yde service og nyder hver eneste dag sammen med sine kunder og engagerede medarbejdere. Hun er forelsket – ingen tvivl om det.

Benhård fokus på tal

Else Marie Klippert overtog Jydepotten, mens den økonomiske krise tvang dansk detail i knæ. Hun fortæller, hvordan hun i starten kun kunne købe en smule nyt ind og hele tiden måtte tage små skridt. Siden har hun hævlet gælden på to millioner væk, genåbnet kælderetagen og udvidet kundekartoteket betragteligt. Når man spørger ind til hvordan, tegner der sig et billede af hårdt arbejde, flair for service, udvikling og stor tillid til regneark.

Før jobbet i investeringsselskabet blev hun uddannet inden for skat og hendes økonomiske baggrund sætter sit tydelige præg på udviklingen af Jydepotten.

”Jeg er utrolig glad for, at jeg er økonomisk uddannet. Det er en kæmpe fordel, når jeg lægger budgetter, planlægger indkøb eller følger med i salget. Hver gang jeg køber ind, lægger jeg tallene ind i et regneark, så jeg hele tiden kan følge med i, hvor mange stk. vi sælger. Det tager mega lang tid, men giver mig et fantastisk overblik,” siger butiksejeren, som har statistikker med i seng hver aften, så hun hele tiden ved, hvad der sælger.

Samtidig har hun en stålsat holdning til, hvordan der købes ind.

”Jeg køber ikke ind på messe, men tager over for at blive inspireret. Bagefter skriver jeg budgettet op eller ned alt efter, hvad jeg tror på. Det samme gælder nye sælgere, som dukker op her i butikken. Jeg vil kun have brochurer. De skal ikke begynde at vise mig deres kollektion; det siger jeg altid nej tak til. De er jo dygtige til at sælge, så pludselig køber man noget og så skrider mine planer. Det er meget vigtigt at holde fast i det princip,” forklarer Else Marie Klippert, som af samme grund fører præcise statistikker over hver enkelt sæson, så hun ved, hvor meget der skal indkøbes på forskellige tidspunkter af året.

Ingen rabatter

Hvis et mærke ikke går godt, skal der strammes op. Jydepotten beder leverandøren arbejde med, for ellers kan mærket ikke blive. Et stykke tøj må ikke være i butikken i tre måneder; så er det gammelt og skal ud.

”Vi er her for at tjene penge og kan ikke have noget i et halvt år, der ikke bliver solgt. Det er ikke pænt for butikken. Så kommer det på gaden til nedsat pris og vi må vurdere, hvordan vi undgår det fremover,” siger Else Marie Klippert, som ellers ikke er meget for at sætte priserne ned:

”Vi giver ikke rabat til kundefestere, for så vænner man kunderne til rabat og de begynder at vente på det. De skal jo købe her hver dag. Desuden er det heller ikke rart for dem, hvis de pludselig ser deres nye kjole til halv pris ved open by night.”

I stedet fokuserer Jydepotten på at give kunderne merværdi på andre måder.

”Vi holder mange arrangementer, hvor vi forkæler kunderne med snacks og vin, leverandørprøver og specielle oplevelser. Man skal sørge for, at der er noget nyt hver gang,” siger Else Marie Klippert.

Oplevelser får kunderne også, fordi de altid kan forvente nyt tøj i butikken. Jydepotten køber ind, så man får nye leveringer hver eneste dag året rundt. Og det meste kan ses i butikken, for lagervarer huer ikke butiksejeren:

”Vi må helst ikke have lager. Varerne skal være i butikken. Sælgere bliver tit overraskede, når de kommer her og siger ’hold da op, har du ikke mere på lager’. Men man tjener jo ikke penge på noget, der hænger på lageret.”

Service, kommunikation og e-handel

Service er centralt i Jydepotten.

”Service er i min verden meget nemt. Det handler selvfølgelig om at have dygtige medarbejdere med humor. Og at have et rigtig godt forhold til dem, for det smitter af på kunderne. Service er også at sige hej og velkommen. At smile, så folk føler sig godt tilpas,” siger Else Marie Klippert og forklarer, hvordan butikken bevidst er indrettet med hyggelige oaser, afslappende musik og ærlige tilbagemeldinger:

”Vi tilbyder hjælp og siger, hvis kjolen ikke er pæn. En del af vores koncept er, at vi kan style vores kunder, og vi går meget op i at fremhæve det smukke ved kvinder.”

Kommunikation er et andet håndtag, som Else Marie Klippert meget bevidst drejer på:

”Jeg prøver hele tiden at være lidt foran med udviklingen og så sørger jeg for, at det bliver omtalt. Jeg er meget opmærksom på PR og på, at Jydepotten konstant kommer med nyheder.”

Butikken sender nyhedsbreve ud et par gange om måneden og har desuden hjemmeside og facebook.

”Facebook fungerer ikke helt for os endnu, men nu har jeg fået en ekstern til at kigge på det, for jeg vil gerne nå frem til, at vi løbende lægger nyheder og billeder ud der. Desuden skal vi have kigget på hjemmesiden,” fortæller Else Marie Klippert.

Næste store indsatsområde er e-handel.

”Vi skal i gang, for det er jo fremtiden. Men det er også en kæmpe udfordring, for det skal styres sammen med lageret. Ofte tager vi kun en kjole hjem i hver størrelse, så man ikke møder en anden i præcis den samme kjole. Og hvordan sikrer man, at den ikke pludselig er blevet solgt på web? Jeg mener, at det er en stor risiko for butikker at bygge et stort lager op. Derfor skal jeg have fundet den rigtige model, for det skal fungere fra dag et. Jeg arbejder med det i hovedet, men har ikke nået det endnu,” siger Else Marie Klippert.

Så projekter er der nok af og Else Marie Klippert lægger da heller ikke skjul på, at det kræver meget at udvikle en detailbutik:

”Jeg er hele tiden i gang med projekter og det kræver oceaner af tid. Det her er noget man gør, fordi man brænder for det.”

*Else Marie Klippert fra [Jydepotten](#) i Herning er en af de butiksejere, som blev interviewet til analysen *Detailhandelen i Danmark - Udfordringer og behov for special- og E-handelsforretninger*. Analysen er lavet af Aarhus Universitet og Innovationsnetværket Service Platform.*

Få nærmere information om undersøgelsen og dens resultater hos:

Direktør Betina Simonsen, Innovationsnetværket Service Platform – telefon 29 36 00 90

Professor Mogens Dilling-Hansen, AU Herning / Aarhus Universitet – telefon 20 25 66 29

Fakta om innovationsnetværket Service Platform

Service Platform er et landsdækkende innovationsnetværk, der skaber stærke og varige forbindelser mellem virksomheder, forskere og vidensmiljøer, så virksomheder får adgang til de nyeste landvindinger inden for serviceudvikling. Service Platform spreder viden og erfaringer om servicepotentiale som værdiskabende faktor i danske servicevirksomheder og sikrer forankring af viden og erfaringer om serviceinnovation.

Analysen af specialeforretninger i detailhandlen er lavet, for at Service Platformen kan igangsætte de rette aktiviteter som fremmer innovation og udvikling i indenfor detail og e-handel. Selvstændige specialforretninger uden for kædesamarbejde er under særligt hårdt pres. Denne del af detailhandelsbranchen er derfor sammen med e-handelsforretninger (som også er udenfor kædesamarbejde) genstandsfelt for analysen, hvor problemer, udfordringer og muligheder er undersøgt.

Læs analysen [her](#) og læs mere på www.serviceplatform.dk.

Billede



Billedtekst: *Indehaveren af Jydepotten i Herning Else Marie Klippert sidder midt i sofaen med sine ansatte omkring sig. Hun har med sin økonomiske baggrund og passion for tøj udviklet, hvad der før var en kriseram tøj- og brugskunstbutik til en sund virksomhed.*

Billedet kan downloades i høj opløsning [her](#).