

E-festen er i fuld gang

Forestil dig en bil-konference med gode råd om, hvorfor du ikke længere skal ride på heste i trafikken... Om fem år vil en e-handelskonference vække samme billeder i hovedet, fordi vi til den tid SELVFLØGELIG tænker e-handel ind overalt, mente Bill Webb fra The University of the Arts London, der forleden var en af de mange inspirerende talere på modeindustriens konference om e-handel

”Det er muligt, at mange fashion brands har været langsomme til at tage e-handel til sig. Og at mange endnu ikke er ankommet til festen. Men tro mig, de kommer!” Mere end 25 års erfaring med mode og retail management i 30 lande og en nuværende chefstilling for retail og marketing programmerne på The London College of Fashion har gjort Bill Webb klar i spyttet, når han taler om detailhandel.



Bill Webb fra The London College of Fashion delte ud af sine mere end 25 års erfaring med mode og retail management i 30 lande. Foto: Dansk Mode & Textil/ Mette Grønbech.

For selv om Danmark er ganske godt med, når det gælder e-handel, har vi stadig meget at lære; blandt andet af briterne, som er i front på området.

På meget få år har e-handel radikalt ændret forbrugernes indkøbsmønster og nu er det tid til en fokuseret og strategisk indsats. Producenter og butikker kan ikke længere nøjes med at kigge nysgerrigt fra sidelinjen eller eksperimentere for sjov. Nu gælder det om at skabe effektive systemer, der for alvor sikrer, at kunderne til hver

en tid kan købe produktet på den måde, der passer dem bedst.

E-handel er et must

Bill Webb understregede, at det gælder om at se forretning og brand som en helhed. Man kan ikke skelne mellem e-handel og salg i fysiske butikker, for kunderne forventer, at det hele hænger sammen. Som adm. direktør i Retail Institute Scandinavia Henning Bahr sagde i et indlæg senere på dagen: ”Forbrugere vil kunne bytte e-varer i butikken, så derfor: Goddag e-handel - eller godnat...”

Udviklingens tempo skyldes ’kammeraten’, som de fleste af har i hånden netop nu – eller højst en armslængde væk; mobiltelefonen. Forbrugere har mobilen med sig på job, i seng, i bad. Mails og opdateringer tjekkes hvor som helst og når som helst, og snart er den også et betalingsredskab overalt. Derfor er det udenfor al diskussion: E-handel er et must. Men når det er sagt, så gjorde Bill Webb også meget ud af, at man ikke skal kamme helt over af begejstring. For folk er stadig rigtig glade for den fysiske butik, som har nogle åbenlyse fordele; eksempelvis et minimum af returvarer. Så samspil mellem de to kanaler er også en stor fordel. Folk kan røre og spørge i butikken for derefter at vente med at effektuere salget på web, til det passer dem allerbedst. Og man skal måske i højere grad begynde at se på butikken som et showroom, der minder meget om de professionelle showrooms, som vi hidtil har forbundet med Business to Business. For kunderne bliver i stigende grad ’professionelle’ og har ofte via web foretaget dyb research om et produkt.

Derfor gælder det om, at butikken kan skabe merværdi i form af rådgivning og særlige oplevelser. "I skal engagere kunderne via jeres værdier og hele tiden have for øje, at I sælger brandet på alle platforme. Sørg derfor for at skabe platformene, og her er der masser af muligheder. Hvis man har en e-shop, behøver man ikke nødvendigvis at åbne en brand store. Det kan også være en pop-up stor på skiftende steder eller events på en festival, hvis det er der, målgruppen er," foreslog Bill Webb.



Der blev lyttet intenst til Bill Webbs råd om ikke at skelne mellem e-handel og salg i fysiske butikker, for kunderne forventer, at det hele hænger sammen.

Foto: Dansk Mode & Textil/ Mette Grønbech.

Modebranchens e-handelskonference

11. april deltog mere end 200 personer i modeindustriens store e-handelskonference i Aarhus. Målet var at sætte endnu mere fart på branchens e-handel. Derfor var der fuld fokus på modebranchens udfordringer i 2013 - herunder de nye muligheder for markedsføring i digitale kanaler og digital handel og kundeservice direkte med forbrugerne.

Arrangørerne var Foreningen for Dansk Internet Handel, Service Platform og Dansk Mode & Textil.

Læs programmet med de mange danske og internationale indlægsholdere [her](#)