

# Retails betydning | en ny æra

[Kbh. Commerce & Culture - tirsdag d. 19. marts]



# Agenda

1. Kort om Peter og Martin
2. Retail markedet en udviklingshistorie
3. Salget sker stadig i den fysiske butik; hvorfor er ecommerce så SÅ vigtigt?
  - a. Produktet i fokus
  - b. The 5 Zeros - Hyper shopperen
4. Hvorfor hulen er data så vigtigt
5. Hvordan udvikles butikker
6. Fem overordnede gode råd

Kort om os :-)

# Peter Boris Kreilgaard

Kort om mig:

- CCO, coop.dk
- Pepsi Cola / TDC Mobile / Siemens mobile / Circle K / Toys"R"Us
- Yale, MIT & INSEAD
- Jury for Dansk Erhvervs eHandelspris, Årets Rambuk & Danish Digital Awards
- Forfatter: Management by Football

Mail: [peter.boris.kreilgaard@coop.dk](mailto:peter.boris.kreilgaard@coop.dk)





# Martin Jagd Graeser

Ultra kort om mig:

- CEO, Kvantum Copenhagen
- Forfatter til *Transparens og Kontroltab* (2019)
  - ◆ Ny bog på vej: *Online Strategier, Hvad er det?*
- Klummeskribent: *Finans, Børsen, Information, Markedsføring, Tid & Tendenser ...*
- 16 år i den digitale bureauverden
- Driver danske og internationale brands
- Sidder med i juryen for Dansk Erhvervs eHandelspris

Mail: [martin@kvantum.com](mailto:martin@kvantum.com)



# Kvantum Copenhagen

Kort om Kvantum Copenhagen:

- København & Aarhus
- Arbejder med eComm. marketing
  - ◆ Online strategier og -taktisk komm.
  - ◆ D2C strategier & B2C & Brand building
  - ◆ Primært inden for Fashion, Beauty & FMCG

“

Vi vil altid være de bedste til at udvikle og vækste retail brands via data & content

“

kvantum

# Retail markedet udviklingshistorie



“

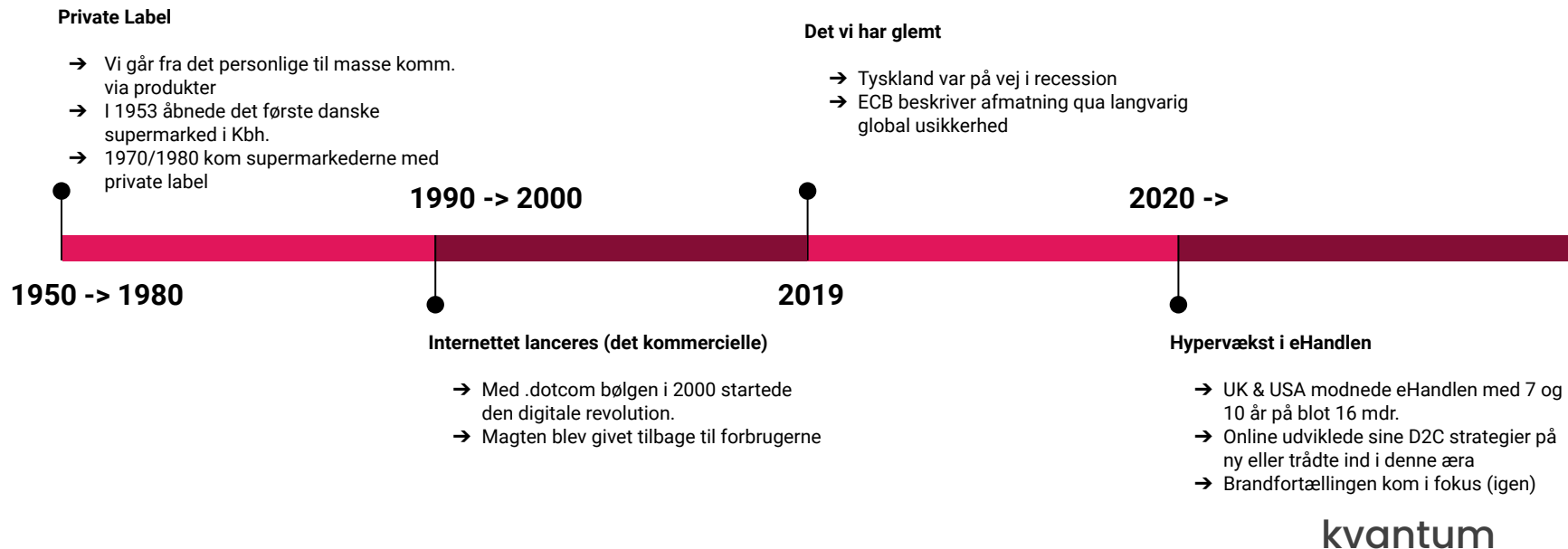
The farther back we can look, the  
farther forward we are likely to see

“

Winston Churchill, 1944

kvantum

# Lad os se på udviklingen



eCommerce handler i  
bund & grund om én ting



It's all about the product  
& the story around it!

kvantum

Salget sker stadig i den  
fysiske butik; hvorfor er online  
så, så vigtig?

# Rygtet siger den fysiske butik er døde?

“... Fysiske butikker er den kritiskemasse for detailhandelernes online strategi.”

“... hver 6. salg ud af 10 online, er direkte påvirket af en fysisk butik”

Analysis of Salesforce, 2022

The screenshot shows the FINANS website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Mine nyheder' on the left, the 'FINANS' logo in the center, and a search icon on the right. Below the navigation bar, there are three featured articles. The first article is titled 'Kom godt i gang' and discusses online monitoring. The second article is 'Danskfodte Unity går ind i sport med ny satsning: Kan oversætte live-sport...' and includes a small image of a sports arena. The third article is 'Boom i langtidssygemeldinger: Særligt ledere bliver ramt af...' and includes a small image of a person. Below the articles, there is a navigation menu with options like 'Forside', 'Serier', 'Analyse', 'Indsigt', 'Investor', 'Økonomi', 'Debat', 'Top job', 'Podcast', 'E-avis', and 'Seneste nyt'. A table of market indices is displayed below the menu, showing values for C25, OMXS30, NIKKEI, EURO, USD, and GBP. The main headline of the article is 'Rygter om den fysiske butiks snarlige død er stærkt overdrevet'. Below the headline, there is a sub-headline: 'Analyse: Store og små, gamle og nye. Alle detailhandlere har brug for fysiske butikker i deres digitale strategier.' At the bottom of the article, it says 'ANALYSE | 05.11.2021 KL. 06:10'.

“

Det er en ny verden for retail; for  
forretningen *skal* forny sit fokus

“

43% af danskerne bruger mobilen, når de handler på nettet.

kvantum



Kilde: DI Handel, Omnichannel Tracker Q3, 2023



80% af de salg der foretages, sker i den fysiske butik.

20% sker kun online!

kvantum



Mere end 1 milliard gange om dagen vender forbrugerne sig mod Google for at researche & sammenligne produkter, inden de foretager et køb!





Stores

## The 5 zeros

Den fysiske butik skal have bedre fokus på shopping-oplevelsen på tværs af kanaler, for at bevare sin relevans hos fremtidens hypershoppers.

- **Zero difference in channels:** Ingen forskel på kanalerne
- **Zero desire for assistance:** Har du intet behov for hjælp, så skal du heller ikke forstyrres – browsing kan ske “privat”
- **Zero wait time:** Ingen kø ved kassen og hurtig levering time til time, samme dag eller i morgen
- **Zero tolerance of inaction on equity and sustainability:** Nultolerance over for passivitet med hensyn til lighed og bæredygtighed
- **Zero wiggle room on talent:** Talent er alfa og omega, vi vil have ordentlig serice, råd & vejledning

**55%** af forbrugerne foretrækker at handle fra brandet selv; snarere end via multibrandstores.

kvantum





## Online er blevet et spørgsmål om både og

Det handler om at være det rette sted på det rette tidspunkt i kundernes rejse mod et køb.

Og dermed hente relevant omsætning on-  
som offline

Det gælder på tværs af brandet, behov,  
inspiration kategorier og produkter.

Og dette sker optimalt i et samlet setup; hvor  
både on- og offline er til gode set.

Derfor skal der skabes balance mellem  
brandfortælling, datainsigter & taktisk indsats

on- som offline

# Datas vigtighed for den fysiske butik | et SMV-fokus



Hvorfor hulen er data så vigtigt?

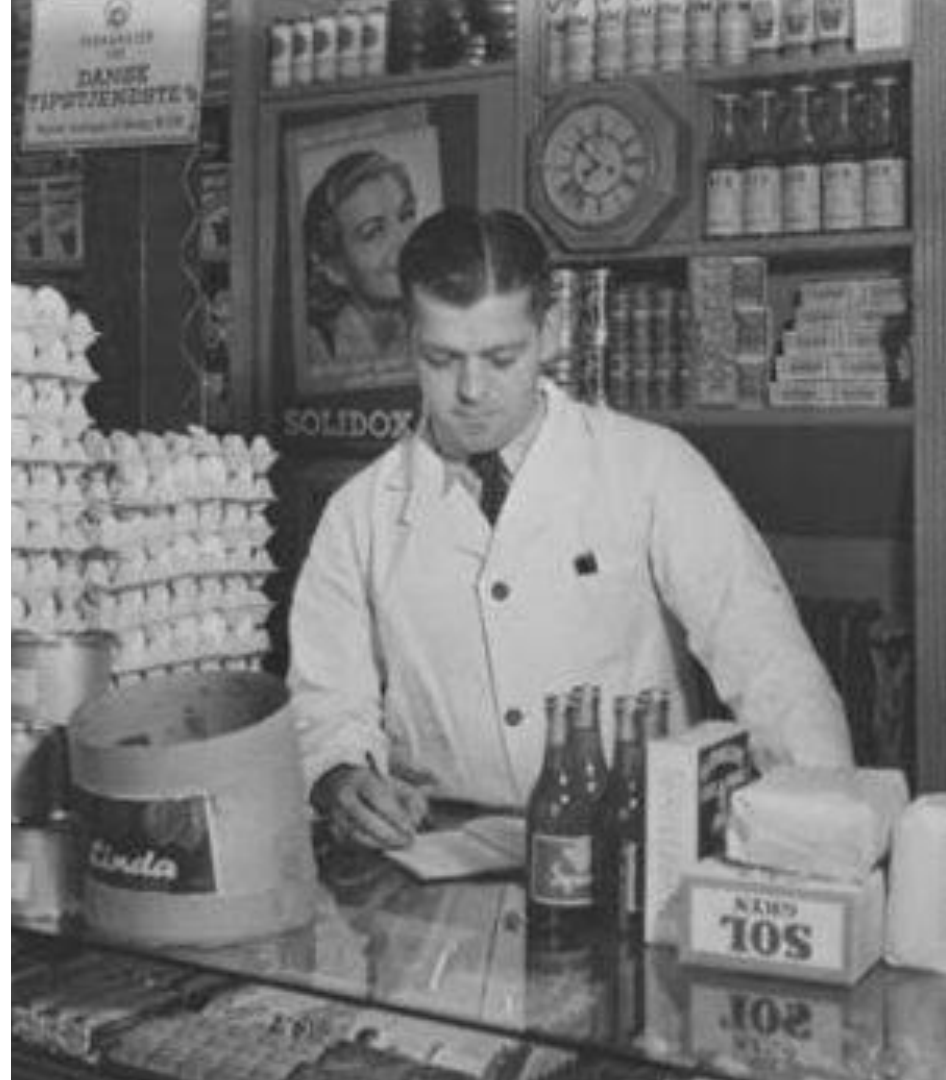
kvantum



Hvorfor hulen er  
data så vigtigt?

kvantum

Hvordan udvikles  
butikker...?





Hvordan udvikles  
butikker...?



5 overordnede gode råd |

Ha' fokus på jeres  
kundefastholdelse og øg  
denne med kun 5%, og I vil  
opnå en forbedring af  
jeres rentabilitet med op  
til 75%



#1

Kilde: Bain & Company

# #2

Data er det nye  
olie & data skal  
integreres mellem  
on- & offline



Den fysiske butik er ikke død; den lever, men skal udvikles og ses i et nyt integreret data-lys

Forbind butikken med online målepunkter

#3



Drøm stort – start i  
det små!

#4





Stay hungry; stay foolish

- Steve Jobs

#5

Tak for jeres tid !

[Kbh. Commerce & Culture - tirsdag d. 19. marts]