



Foto NORDSTAN

I Nordstan i Göteborg höll The Fitting Room öppet under en månad. Kunden fick tillgång till hela Sneaky Steves och Wacays sortiment och kunde beställa varan för hemleverans.

Digitalt butikskoncept ökar marginalerna

Hur ska butikerna minska sin kapitalbindning och undvika marginalsäll? Kanske är The Fitting Room något på spåren? Testbutiken, som fungerade som ett showroom, höll öppet under en månad i oktober/november i Nordstan i Göteborg.



Deniz Chaban, vd Touchtech.

Här erbjöd skovarumärket Sneaky Steve och klädvarumärket Wacay tillsammans sitt fulla sortiment på en minimal yta utan lager – knappt 20 kvadratmeter vardera. Resten av ytan, cirka 25 kvadratmeter, upptogs av provrum. Kunderna kunde lägga beställningar på touchskärmar, som gick via respektive varumärkes e-handel, för att sedan få varorna hemlevererade.

När det var en knapp vecka kvar till stängning hade respektive varumärkes e-handelsförsäljning ökat med cirka 30 procent – tillväxt som härleddes till The Fitting Room. Det uppger Deniz Chaban, vd för Touchtech, som är en av initiativtagarna. Varumärkena hade heller inte en enda retur.

– Förklaringen är enkel, säger han. Kunderna provade ut rätt storlek i butiken och fick full uppmärksamhet av personalen. De hade heller inga problem med att de inte fick varan med sig hem direkt.

Testbutiken är minst lika lönsam som vilken annan traditionell butik som helst, hävdar Deniz Chaban. Sneaky Steves snittförsäljning låg på 50 000 till 60 000 kronor per kvadratmeter och år, att jämföra med snittet i Nordstan på 33 000 kronor, enligt Chaban.

Han nämner även andra fördelar med The Fitting Room.

– Kunderna registrerade sig till nyhetsbrev, vi har statistik på hur många som gick in i butiken och hur många som interagerade med varumärkena, provade varorna och vi vet hur stor konverteringsgraden var.

Kommer vi få se fler exempel som detta, tror du?

– Absolut. Intresset verkar stort. Kostnaderna är betydligt lägre eftersom man bara behöver en bråkdel av utrymmet. Formatet passar inte bara leverantörer. Även en multibrandaktör kan ha e-handelskonceptet på en del av sin yta, säger Deniz Chaban.

Modevarumärket Svea kommer under ett år att prova en liknande lösning i sitt showroom i Stockholm.

KAJSA ÅSTRÖM

www.windowfrance.com

W
WINDOW
FRANCE



KA Olsson & Gems - www.kao.nu official distributor for Sweden and Norway
Copyright 2018. SARL MAPI WINDOW FRANCE. All rights reserved.

collection 111 mademoiselle
elegant simplicity with a touch of poetry
removable make-up



www.kao.nu

KA OLSSON & GEMS