



BRANSJE I ENDRING: Kjøpsvanene våre endres raskt, nå må butikkene tenke nytt for å være med i kampen om kundene.

06-04-2018 09:42 CEST

Trendanalyse: Endrede kjøpsvaner tvinger butikkene til nye strategier

Konkurransen fra netthandelen øker presset på butikkene samtidig som forbrukerne har stadig høyere forventninger. For å tiltrekke kunder må

butikkene utfordre seg selv og tørre å tenke i nye baner. Det viser en trendanalyse fra Visma Retail basert på inntrykk fra verdens største retailmesse i New York.

– Forbrukerne endrer kjøpsvaner veldig raskt akkurat nå. Når det blir enklere og raskere å kjøpe varer på nettet, må fysisk handel fylle en større funksjon enn bare ren kjøpelyst. Det handler om å skape unike opplevelser, sier Stein-Egil Gammelsrød, handelsanalytiker og produkt-og markedsdirektør i Visma Retail.

Visma Retail har i samarbeid med Virke laget en rapport med de fem viktigste trendene innen retail basert på inntrykkene fra NRF Retail's Big Show, som nylig fant sted i New York. Her kom det tydelig frem at detaljhandelsaktørene er i rask utvikling for å imøtekomme de nye kravene til forbrukerne.

– Vi ser at butikkene er nødt til å bli mer kreative for å lokke til seg kunder. Det kan handle om alt fra å bruke augmented reality eller morsomme events i butikkene, til å tilby ekstremt kvalitativ og personlig service, fortsetter markedsdirektøren.

En tydelig trend fra New York er å tilby uventede tjenester i butikkene. I USA lokker motekjeden American Eagles Outfitters til seg studenter ved å ha vaskemaskiner tilgjengelige i butikkene, mens sengekjeden Casper har laget et eget "Snooze room" der kundene kan bestille tid for å ta seg en liten dupp.

Personlig service er et av de viktigste fortrinnene til den fysiske handelen, og mange aktører prøver ut nye metoder for å forbedre kundemøtet. Flere butikker velger å tilby personlige selgere eller et hjemmebesøk av en personlig stylist.

Ny teknologi bidrar også til å ta kundemøtet til nye høyder. Noen aktører bruker teknologi der ansatte for eksempel får en automatisk varslings på mobilen når en kunde ønsker hjelp ute i butikken. Kunden kan dessuten velge å sende et bilde av seg selv, slik at den ansatte raskt kan finne riktig kunde og tilby hjelp.

– I takt med at forventningene øker blir det avgjørende for detaljhandelen å tørre og komme forbrukerne i møte. Det blir veldig spennende å følge strategiene i norsk handel framover. Det handler om å være fleksibel og virkelig lytte til kundene sine, avslutter Gammelsrød.

De fem største retailtrendene i 2018:

1. Butikk 2.0: De fysiske butikkene som fornyes i takt med forbrukernes økende forventninger er de med best sjanse til å overleve framover.

2. Stor eller liten: Mens de største aktørene blir enda større, oppstår det samtidig en etterspørsel etter mindre aktører som kan tilby et smalt

waresortiment til smale målgrupper.

3. Data, data og data: Det har lenge vært viktig å samle inn data. Nå blir det kritisk å kunne utnytte all den informasjonen man samler inn på en smart måte, samtidig som man følger lover og regler.

4. Den fragmenterte målgruppen: Forbrukerne blir mindre og mindre lojale mot butikker og varemerker. Nå kreves det mer enn bare rabatter og tilbud for å lokke kunder tilbake.

5. Eksperimentell retail: For butikkene handler det nå om å våge å eksperimentere og prøve seg fram med forskjellige konsepter med ny teknologi og nye samarbeidspartnere.

[Her finner du](#) mer informasjon om årets fem største retailtrender.

For mer informasjon, vennligst ta kontakt med:

Stein-Egil Gammelsrød, handelsanalytiker og produkt-og markedsdirektør i Visma Retail, stein-egil.gammelsrod@visma.com, tlf. 901 49 604

Om NRF Retail's Big Show 2018

National Retail Federations årlige Retail's Big Show i New York 2018 samlet verdens ledende detaljhandlere, samt leverandører av teknologi og kompetanse, til en messe med både utstillinger og inspirerende forelesninger fra retailere, eksperter og leverandører. Med 36 000 deltakere fra hele verden, 700 utstillere og 200 talere, kan messen defineres som verdens største årlige detaljhandelsmesse. Trendanalysen for 2018 er gjennomført av Visma Retail i samarbeid med Virke.

Om Visma Retail

Visma Retail hjelper retailere å lykkes med å tiltrekke kunder til sin handelsplass, øke salget gjennom å forbedre handleopplevelse og skape lojale kunder. Vi tilbyr komplett front- og backofficeløsninger med et bredt utvalg av tjenester. Det inkluderer for eksempel: kassesystem og sentrale system for butikkdrift, e-handel, digital assistent for butikk, WMS og lojalitetssystem samt tjenester som prosjektledelse, rådgivning, support, teknisk service og IT-drift.

Om Visma

Visma gjør virksomheter mer effektive. Konsernet leverer programvare, innkjøpsløsninger, innfordringstjenester, butikkdataløsninger, samt IT-relatert utviklings- og konsulentvirksomhet. Visma forenkler og automatiserer virksomhetsprosesser innenfor både privat og offentlig sektor. 760 000 nordeuropeiske kunder benytter Vismas produkter og tjenester, og ytterligere 300 000 bruker Visma som hosting-partner. Konsernet har 6 700

ansatte og hadde i 2017 en omsetning på NOK 9 346 mill. Se visma.no og visma.com.

Kontaktpersoner



Aase Settevik

Pressekontakt

Director of Brand and Communications

aase.settevik@visma.no

+47 920 49 559