

Engasjement selger tapet

Takket være dedikerte medarbeidere, solid fagkunnskap og 200 design på lager har Ski Bygg har Ski Bygg økt tapetsalget fra i fjor. – Hos oss står tapet sterkt som kategori, sier Eli Grevskott Indrebø.

Av Chera Westman/ifi.no, ifi.no



I hyllene i tapetavdelingen hos Ski Bygg i Ski i Akershus, ligger nærmere 200 ulike tapeter på lager. Flere små utstillinger viser utvalgte design i et minimiljø, og på tapethyllene er større prøver tapetsert opp.

– Utstillingene er viktige for salget, sier Eli Grevskott Indrebø, som er ansatt som selger av maling og tapet, og dedikert tapetavdelingen.

Det er hun som, sammen med teamleder Grethe Veiby, plukker ut de design som skal lagerføres, og som bygger opp utstillingene.

– Det gjør det viktig å holde seg oppdatert på trender, å kunne nyhetene, sier hun og takker også distriktsrepresentanten fra Borge, Tor Egil Skamsar, for hjelpen han kommer med, i form av salgsstatistikk, bestselgerliste og reaksjoner fra andre butikker.

Sterk kategori

Akkurat nå er butikken i en liten omstillingsfase der noen av kategoriene er på vei ut av sortimentet, og i tapetavdelingen håper de på å få enda litt mer plass, slik at de kanskje får satt opp noen hyller med bobiner.

– Tapet står sterkt som kategori her, og vi ser en økning i tapetsalget, sier Eli.

Tor Egil Skamsar er enig i at det er viktig for butikken å ha et utvalg tapeter på lager.

– Vi ser at de som ikke har tapet på lager, og som bygger ned kategorien i butikken, de taper salg og interessen for tapet går ned – mens de som satser på tapet, får betalt gjennom økt salg, sier han.

I hele byggevarebutikken i Ski er tapet en liten kategori. Men den er lønnsom.

– Jeg tror nok at vi har større fortjeneste på tapet enn vi har på maling. Men når vi selger tapet, går det nesten alltid litt maling samtidig. De skal male lister eller en matchende vegg, sier hun.



I hele byggevarebutikken i Ski er tapet en liten kategori. Men den er lønnsom.

Brenner for tapet

At salget av tapet har økt kraftig har flere forklaringer, tror Eli. Å spesialisere seg som tapetselgere, ha dedikert personale som kan faget og tar ansvar, er sterkt bidragende faktorer sammen med lagerføring av utvalgte design.

– Det er veldig viktig å ha personale som er interessert og brenner for varegruppen. Det ser vi hos oss blant annet på tekstil, der salget har gått ned den siste tiden. En grunn er at hun som jobber mest med det, er ute i permisjon. Til å selge solskjerming har vi ansatt en person som har jobbet med det i ti år, og vi ser at salget øker, sier hun.

Et par ganger i året arrangerer Ski bygg kundekveller med fokus på tapet og interiør, og der de gir gode tilbud.

– Gode avdelinger for tapet og tekstil styrker også identiteten til butikken, sier Eli Grevskott Indrebø.

Når det kommer til salg, er de i første rekke interessert i å selge det de har i hyllene – da tar jo handelen kortest mulig tid.

– Vi har både kunder som er klar for tapet, og dem som trenger litt betenkningstid. For å hjelpe kunden klipper vi gjerne prøver av lagervarer, og låner ut tapetbøker som de kan ta med hjem, sier Eli.



Ski Bygg selger mye tapet, og salget er gått opp i forhold til i fjor. – Det går mye fondvegger med matchende maling eller ensfarget tapet, sier Eli Grevskott Indrebø og viser frem sin personlige favoritt.

Lytte fremfor å spørre

– Når en ny kunde kommer, forsøker jeg å ikke si så mye de første fem minuttene. Jeg lytter og lar kunden forklare. Deretter spør jeg om hvilke tanker kunden har om farger i hjemmet, hvordan den hovedsakelige møbleringen ser ut i rommet som skal tapetseres, og hvilke mønstre han eller hun liker.

Spørsmålene skal hjelpe henne til å plukke ut riktige tapetbøker for kunden å bla i.

– Vi spør også om hvilken vegg som skal tapetseres. Er det bak tv-en er det ofte best med et rolig mønster, og skal det tapetseres på kjøkken kan et livlig mønster gå bra, og tapetet bør være vaskbart, og vi kan begynne å se på vinyltapeter.

Å kjenne tapetbøkene er viktig for å klare å komme med gode forslag. Men det er også viktig å forsøke å runde av.

– Sier kunden at han liker et tapet, er det bare å forsøke å lande salget og ikke bla videre. Å komme med flere forslag gjør bare kunden forvirret og usikker, og vi må bruke mer tid på salget.



Når tapetet vises i større miljøer, er det lettere for kunden å se mønsteret.

Enklere håndtering av reklamasjoner:

Reklamasjoner er ofte et vanskelig tema når det kommer til tapet. Men heldigvis er det sjeldent, sier Eli Grevskott Indrebø.

– Det hender at en og annen reklamerer på tapetkjøpet, men ofte handler det om produktfeil eller at kunden ikke har fått med seg nok tapet. Vi har også hatt håndverkere som har latt være å følge mønsterrapporten, sier hun.

– Men jeg synes ikke det er mye reklamasjoner, legger hun til.

Sammen med de ledende tapetleverandørene har Informasjonskontoret for farge og interiør arbeidet frem to faktaark som skal forenkle reklamasjonshåndteringen i butikken. Det ene faktaarket er en sjekkliste for butikkselgeren, som skal sikre at kunden får all nødvendig informasjon og blir fornøyd med tapetkjøpet. Det andre faktabladet henvender seg til kunden, med informasjon om hvilke forventninger man kan stille til produktet, viktigheten av å sjekke resultatet underveis i tapetseringen og hvilken dokumentasjon som kreves ved en eventuell reklamasjon til butikken.

Faktaarkene vil være ferdig for distribusjon til butikkene i begynnelsen av 2016, og vil bli delt ut av distriktsrepresentantene.

– Dette ser vi veldig frem til, det ser ut til å bli et godt hjelpemiddel, sier Eli Grevskott Indrebø.

Mer informasjon:

Ski Bygg

Borge