Innreder på internett

Netthandel handler ikke lenger bare om å kjøpe småsaker som cd-er og bøker. Nå kan også spisestuer, sofaer og stoler lastes ned fra nettet og inn i de tusen hjem.



Flere av de store møbelkjedene er nå i ferd med å posisjonere seg på internett for å fange morgendagens konsumenter.

- Det er to hovedgrunner til at vi har valgt å lansere butikkene våre på nett. Den ene er at kundene har blitt mye tryggere på sikkerheten rundt netthandel, og den andre grunnen er den voksende interessen for moderne design over hele Norge, sier markedsdirektør Per Dahle i Bohuskjeden, som i tillegg til å lansere netthandel i disse dager også jakter på en egen husdesigner.

Også Hødnebø home-kjeden har planer om nettbutikk i nær fremtid. - Det vil først og fremst bli de standardiserte produktene som blir tilgjengelige på nettet, sier markedssjef Nina Hellstenius Hødnebø. Også Dahle har størst tro på at det blir de enkle produktene som interiør, tepper, kommoder og treprodukter som vil være mest etterspurt på nettet.

I pose og nett

Mange tradisjonelle handelsbedrifter er nå i ferd med å etablere seg på nettet. - Vi vet at stadig flere forbrukerne planlegger innkjøpene over internett. Vi vet også at kundene stoler mer på en nettbutikk som en kjent detaljist står bak. I USA har hele førtitre av topp femti-nettbutikker også fysiske forretninger i tillegg. Vi ser at de som i utgangspunktet har tillit i markedet og landsdekkende distribusjon er de som lykkes med satsing på nettet også, sier førsteamanuensis Peder Inge Furseth ved Handelshøyskolen BI. Han advarer sterkt mot å bare kaste seg ut i det når det gjelder nettsatsing. Bedriften må utvikle en nær

perfekt nettside som må være fullstendig integrert før lansering.

Bohus har redesignet sine nettsider med tanke på kundenes ønske om å finne informasjon før de går i butikken.

- I tillegg har vi lansert netthandelen stille og rolig for å gi både kundene og oss selv litt tid til innkjøring, sier Dahle i Bohus. Han tror handelen i mye større grad enn før begynner og avsluttes hjemme i stua. - De fleste vil nok prøvesitte sofaen, men de kan godt vente med å bestemme seg og bestille til de kommer hjem, sier Dahle.

Ber butikkene skjerpe seg

Norske kunder skårer høyt på e-modenhet, ifølge universitetslektor i e-handel ved NTNU, Claude Marie Davidsen. Hun mener mange tilbydere gjør netthandlingen kjedeligere enn nødvendig. - Butikkene må møte kunden på en likeverdig måte. De må være mer på hugget. Møbelbutikker kan for eksempel kombinere møbler med et designprogram på nett. Folk kjøper ikke lenger bare en sofa, de lager en hyggelig stue eller redesigner sitt eget interiør, sier hun. Hun mener også mange butikker ikke ser sammenhengen mellom treff på nett og salg i butikk.

Davidsen mener e-handel må inkludere informasjonen kunden henter på nettet i kjøpsopplevelsen. En europeisk undersøkelse viste at hele 80 prosent av kundene som skulle kjøpe brunevarer rekognoserte på nettet først, men bare seks prosent ville handle der. - Handelen begynner når folk går inn på hjemmesiden din, ikke når de kommer inn i butikken din, sier Davidsen