

Just-Eat på trofæjagt – igen i år

Siden Just-Eat startede i 2001 i Danmark, har de etableret afdelinger i 5 europæiske lande. Just-Eat har dermed vækstet sig til positionen som Europas største portal for online madbestilling.

Nu opfølges den horisontale ekspansion vertikalt med flere restauranter og madtyper – præsenteret på deres nydesignede site. Men er Just-Eats forbedringer nok til at vinde en e-handelspris igen i år?

E-HANDELSPRISEN talte med adm. direktør Morten Larsen om Just-Eats vinderchancer

Først og fremmest hvad betyder det at I vandt sidste år?

- Det er jo ikke første gang, vi vinder en e-handelspris, og selvom det ikke har givet noget synligt forretningsmæssige udslag, er vi utroligt stolte at have vundet en pris. Det er jo også derfor, at vi stiller op igen i år med blod på tanden efter prisen 'Bedste e-handelsvirksomhed B2C' samt den nye 2009 'Føde- og dagligvareprisen'.

I stiller altså op igen i år – tilbyder I noget nyt?

- For ganske nyligt lagde vi et redesignet site på. Vores forrige var fra 2001, så vi behøvede et nyt. Det indeholder dobbelt information på den samme plads som det forrige site, og det er et meget brugervenligt site, nu kan man f.eks. søge på den ret, man gerne vil spise i samtlige 1050 menukort.

- For 2 år siden startede vi en afdeling, der beskæftiger sig med at skaffe restauranter til sitet, som repræsenterer forskellige typer mad, såsom sushi og salat. Det nye site gør det nemmere at søge efter sund mad, for det er ikke kun pizzaer, man kan finde på just-eat.dk. Vores forventning til site-designet er bl.a. konverteringsraten bliver større.

I udvider tit geografisk - hvordan gør I det?

- I 2008 åbnede vi i Sverige og Irland. Det er gået glat, fordi vi har lavet et lille tomands-taskforce med minutitøs viden om opstart af afdelinger. De trækker på erfaringen af alle de fejl, vi lavede ved etableringen af vores første internationale afdeling i England.

- Ellers bruger vi den danske afdeling som et eksempel på, hvordan afdelingerne i de andre lande gerne skulle blive med tiden. Forretningsmæssigt har vi stort set succes i alle de lande, vi er startet op i.

Udvider I på anden måde end geografisk?

- Vi har lavet en kendskabsanalyse for at øge kendskabet blandt de 36 til 50 årige, for det er en målgruppe vi nu vil satse på. De kan sagtens bruge den service, vi har, og jeg tror, at det er hos dem vi kommer til at vækste mest i 2009, hvilket bliver hjulpet på vej af det større udvalg af mad Just-Eat løbende får erhvervet. Jeg er selv i den demografi og har små børn, og nogle gange ville det være lettere at købe noget lækker mad, i stedet for at sidde i en fin restaurant med uregerlige børn, og sådan tror jeg at mange har det.

- Med alt det sagt, så tager vi det som et godt tegn, at vi 1. januar, som er en stor dag i vores branche, formidlede 70.000 måltider mod 43.000 sidste år. Det var mest pizzaer, og den dag i dag er pizzaen stadig vores kernekompetence.

E-HANDELSPRISEN siger tak til Morten og ønsker held og lykke med at komme på skamlen, igen i år.