

## lavprisVVs.dk - fem år med fuld fremgang

For 5 år siden opstartede lavprisVVs.dk fra vvs-forretningen Munke vvs og Blik A/S. Offline-virksomheden eksisterer stadig.

Online-delen har udviklet sig til en virksomhed, der konstant udvikler deres webinterface, og som anser erfaringen med nethandel for deres største aktiv.

E-Handelsprisen fik en snak med marketing og salgschef Michael Munkholt -

### Hvorfor starter i nye lavpris-domæner?

- Vi har syv lavprisdomeener, de er en integreret del af lavprisvvs.dk. Et succeskriterium, når vi starter et lavprisdomeene, er, at der er vist volumen og vækst i produktets salgstal, og produktet på den måde fortjener sit eget lavprisdomeene.

- Vi har i vores egen lille tænketank fundet frem til, at batterier er det perfekte e-handelsprodukt. Med batterier vil vi for første gang skabe et lavprisdomeene, der ikke selv er vokset frem på grund af kundeefterspørgsel.

### Hvem er jeres målgrupper?

- Vores målgruppe er personer, der ikke ved særligt meget om vvs. Det er jo normalt ikke noget de interesserer sig for, før de skal lave noget gør-det-selv arbejde.

- Derfor er det vigtigt, at vi får kunden dirigeret igennem vores 50.000 produkter, og her hjælper vores mange domænenavne. Der er så mange vvs-produkter i dag, for 4 år siden var der måske 4000 styk, i dag er det plus 50 000 styk.

### Hvordan holder man styr på så mange produkter?

- Vi har tidligere haft et flaskehalsproblem med kunder, der var usikre på om deres indkøb nåede frem til weekenden. Vi har derfor to parallelle systemer, kundetrack og ordretrack, der kører på på samme database.

-Vores leverandører, der er XML-baserede, er synkroniserede med databasen, og de der ikke håndterer XML, de logger sig ind på ordretrack. De taster via et webinterface de nødvendige oplysninger til kunden, der med kundetrack kan følge med i status på deres ordre.

- Det er generelt et stort problem for butikker som ikke selv har varer på lager, at være afhængige af leverandørernes oplysningsniveau, så vi er lidt stolte over at have løst problemet. Vi er gået fra en benyttelse af systemet fra 3 til 4 % af vores kunder til hele 95 %, og det betyder en kæmpe lettelse på vores telefoner.

### Kan I mærke finanskrisen?

- Vi kæmper ligesom alle andre med at fald i byggeindustrien, og vi har lukket nogle projekter ned, for at koncentrere os om vores kerneområder. Vi er jo i sparedele og gør-det-selv markedet, men kan alligevel godt mærke, at vores salgskurve ikke stiger som den plejer.

### Hvad vil bringe jer til tops på sejrsskamlen i år?

- Vores største feature er informationsniveauet til kunderne, der er optimeret vha. kundetrack. Telefonerne forsvinder aldrig, men med track har de ikke brug for det længere. Vi kommer med et re-design af sitet i marts, der er flottere og hurtigere. Generelt, er det at være brugervenlig et emne, som vi udfordrer dagligt.

E-HANDELSPRISEN siger tak for interviewet