

## Den succesfulde overgang fra offline til online

LIC er en dansk/svensk medlemsejet, økonomisk forening, der har til formål at skaffe medlemmerne fordelagtige priser på varer og tjenesteydelser. Organisationen har eksisteret i DK og SE i ca. et halvt århundrede, så deres Netshop fra midten af 2005 er ny i sammenligning.

For cirka halvandet år siden tiltrådte Rikke Nørdum Sonne som chef for NetShop, postordre og bestillingsvarer i DK & SE. Siden da, er forsøget blevet sat på recept i form af succesfulde forretningsplaner, med kæmpe omsætningsstigninger til følge.

e-handelsprisen spurgte ind til den succesfulde integration af onlineforretning

### Forretningsplaner

-Vi har nogle højt uddannede og meget socialt bevidste kunder, og det har købsmønstrene online vist i klare tal ved bl.a. stærk vækst i salg af bl.a. økologi og bæredygtige varer. Vi har indrettet vores produktsortiment herefter, så udbuddet er nu tilpasset online efterspørgslen, og vores slogan er – "Kvalitet med mening".

Det har været en stor udfordring med udvælgelsen af vores store produktsortiment på knapt 12.000 varenumre online, desuden var der, da jeg startede, hverken ego-gaver til kvinden eller legetøj til børnene, så det lavede jeg selvfølgelig også om på.

- Jeg tror i disse ressissionsramte tider, at vores kunder skelner i deres produktvalg mellem nice-to-have og need-to-have, men Fairtrade og økologi vil forblive i den sidstnævnte kategori som en del af deres livsstil.

### Omlægningen

Netshoppens lokalebehov er vokset så meget, at administrationen af LIC i Danmark nu har måttet vige pladsen til Strandlodsvej på Amager, så Netshoppen og tilhørende bestillingsvareområde har kunnet udvide.

- Ændringen af organisationen har været den største udfordring, hvad angår procedurer, omstillingsparathed og meget andet.

- e-handel er meget anderledes og langt mere dynamisk end offline handel, og netshoppen er derfor helt naturligt en mere elastisk og omstillingsparat afdeling. Ikke 2 dage er ens, og procedurer tilpasses og ændres løbende. Det har ikke altid været let for resten af organisationen at acceptere, men e-handel er her for at blive, og i dag har organisationen vænnet sig til den vilde lillebror med det vilde vokseværk!

### NetShoppens og Personalet

NetShoppens består af et fast team, samt timelønnede i højsæsoner. Pakkeafdelingen har fået borde der kan højdejusteres, specielle gummimåtter til at stå på, og fyldpappet er skiftet ud med luftposer, for det udtørre nemlig ikke hænderne.

Ved siden af netshop-lageret, er bestillingsvareafdelingen, hvor medlemmerne kan besigtige et udvalg af vores kapitalvarer såsom møbler og træningsudstyr, samt få noget vejledning, før de trykker på køb-knappen derhjemme.

- e-handel er anderledes og det kræver en anden type medarbejdere. Det er vigtigt, at de tager ejerskab i et dynamisk miljø, med mange daglige udfordringer. Ansvar uddelegeres med rund hånd, og jeg har den regel, at det skal være sjovt at gå på arbejde, der skal grines hver dag, og jeg er glad for at nærmest altid lykkes. I de travle perioder tager jeg selv fat i pakkeafdelingen, for jeg elsker at mærke pulsen.

### Marketing

Da LIC er en forening for medlemmer, benyttes konventionel markedsføring ikke.

- Vi har ikke kæmpe bannerreklamer nogen steder. Vores branding består af rigtigt gode leverandøraftaler, samt et kæmpe forretningsområde der spænder fra fra telefoni til fyringsolie, til finansiering og rejser, foruden hårde hvidevarer, isenkram og dagligvarer.

- Da vi en medlemsejet organisation, skal vi ikke kun præstere en bundlinje for bundlinjens skyld. Vi sender ugentlige nyhedsbreve, og gør meget ud af vores onlinekatalog til vores medlemmer.

Ja, hvem der bare havde adgang til LIC's store produktsortiment på ca. 27.000 varenumre af kvalitetsvarer til lavpris.

E-HANDELSPRISEN siger tak til Rikke Nørdum Sonne for interviewet